

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U005077

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 03-09-2026

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Савенко Микола Тарасович

2. Mykola Savenko

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: 04-09-2026

Спеціальність за освітою: Економіка

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 16291

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

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

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

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.71.15, 06.81, 06.81.12

Тема дисертації:

1. Формування стратегій розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу на маркетплейсах
2. Formation of development strategies for small and medium-sized enterprises on marketplaces. – Qualification scientific work in the form of a manuscript

Реферат/анотація:

1. Савенко М. Т. Формування стратегій розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу на маркетплейсах. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (07 – Управління та адміністрування). – Національний університет «Кієво-Могилянська Академія», Київ, 2026. Дисертаційне дослідження присвячене вирішенню важливої науково-практичної задачі з удосконалення теоретико-методичних засад та розробки практичних рекомендацій щодо формування сучасних стратегій розвитку малого і середнього бізнесу (МСБ) на маркетплейсах в умовах цифрової трансформації економіки України. У першому розділі розкрито теоретико-методичні засади формування стратегій розвитку МСБ на маркетплейсах. Досліджено еволюцію маркетплейсів як складної бізнес-моделі електронного посередництва. Систематизовано міжнародний досвід підтримки МСБ та встановлено ефективність комплексних програм (освітні, фінансові, технологічні ініціативи). Розвинуто методичні підходи до стратегій розвитку на основі поетапного впровадження

цифрових технологій. Запропоновано модель еволюції бізнесу від базової онлайн-присутності до віртуальної мережевої організації, а також розроблено спеціалізовану модель виходу підприємств на зарубіжні ринки. У другому розділі проаналізовано сучасні тенденції просування МСБ на маркетплейсах. Досліджено функціонування українських та міжнародних платформ, що розвивають конкурентні переваги через спеціалізацію та омніканальність. Оцінювання конкурентного середовища показало його високу концентрацію та зміну категорійного попиту внаслідок потреб відновлення. Проаналізовано еволюцію маркетингових стратегій від простого розміщення товарів до інноваційного етапу з використанням штучного інтелекту. Доведено ефективність сучасних інструментів, зокрема аналітики великих даних та машинного навчання, що забезпечують високу рентабельність. У третьому розділі визначено напрямки удосконалення стратегій розвитку бізнесу на маркетплейсах. Розроблено інструментарій оптимізації алгоритмів розміщення товарів, що враховує контентні, поведінкові та комерційні фактори ранжування. Запропоновано комплексний підхід до підвищення рейтингу продавця через системне управління репутацією та оптимізацію клієнтського сервісу. Удосконалено підходи до розподілу маркетингових витрат з урахуванням ефективності різних рекламних каналів. Сформовано прогноз розвитку українського ринку маркетплейсів та розроблено адаптивні стратегії для різних економічних сценаріїв. Наукова новизна отриманих результатів полягає у розробці комплексного підходу до формування стратегій розвитку суб'єктів малого і середнього бізнесу на маркетплейсах, який інтегрує сучасні технологічні можливості, особливості алгоритмів платформ та специфічні потреби малого і середнього підприємництва. Вперше розроблено комплексний інструментарій підвищення ефективності діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу на маркетплейсах. Удосконалено теоретичне обґрунтування сутності, значення та різновидів маркетплейсів у системі електронної комерції, механізми формування національної та міжнародної підтримки суб'єктів малого та середнього бізнесу на маркетплейсах, стратегії їх просування, а також наукові підходи до підвищення рейтингу продавця. Набули подальшого розвитку методичні засади формування стратегій розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу на маркетплейсах, оцінювання тенденцій зміни та особливостей середовища функціонування маркетплейсів, а також наукові підходи до оптимізації системи продажів і маркетингових витрат. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що теоретичні висновки доведено до рівня прикладних рекомендацій. Розробки успішно впроваджено в діяльність низки підприємств та фізичних осіб-підприємців: ТОВ «Аніко Груп», ФОП Матвієнко Т.В., ФОП Кузін А.І., а також безпосередньо у підприємницьку діяльність ФОП Савенко М.Т. під час оптимізації управління товарними пропозиціями та просування на провідних маркетплейсах («Розетка.УА», Prom, Epicenter, OLX, Hubber, Allo, Kasta). Також результати дослідження впроваджені в навчальний процес Національного університету «Києво-Могилянська академія» при викладанні дисциплін «E-commerce» та «Digital-маркетинг». Розроблені рекомендації можуть використовуватися торгівельними підприємствами, консалтинговими організаціями, науковими і освітніми установами, державними органами. Ключові слова: маркетинг, маркетингова стратегія, підприємство, розвиток, конкурентоспроможність, цифрова трансформація, інновації, стратегічне управління, інформаційна економіка, цифровий маркетинг, цифрова економіка, лідерство, суб'єкти малого і середнього бізнесу, маркетплейси.

2. Savenko M. T. Formation of development strategies for small and medium-sized enterprises on marketplaces. – Qualification scientific work in the form of a manuscript. PhD thesis to obtain the degree of Doctor of Philosophy in Specialty 073 "Management" (07 – Management and Administration). – National University of "Kyiv-Mohyla Academy", Kyiv, 2026. The dissertation research is devoted to solving an important scientific and practical task regarding the improvement of theoretical and methodological foundations and the development of practical recommendations for forming modern development strategies for Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) on marketplaces in the context of the digital transformation of Ukraine's economy. The first chapter reveals the theoretical and methodological foundations for forming SME development strategies on marketplaces. It explores the evolution of marketplaces as a complex business model of electronic intermediation. International experience in supporting SMEs is systematized, and the effectiveness of comprehensive programs (educational, financial, and technological initiatives) is established. Methodological approaches to development strategies based on the phased

implementation of digital technologies have been advanced. A model of business evolution—from basic online presence to a virtual networked organization—is proposed, and a specialized model for entering foreign markets is developed. The second chapter analyzes current trends in promoting SMEs on marketplaces. It examines the functioning of Ukrainian and international platforms that develop competitive advantages through specialization and omnichannel approaches. An assessment of the competitive environment revealed high market concentration and a shift in categorical demand due to recovery needs. The evolution of marketing strategies is analyzed, moving from simple product placement to an innovative stage utilizing artificial intelligence. The effectiveness of modern tools, particularly Big Data analytics and machine learning, which ensure high profitability, is proven. The third chapter defines directions for improving business development strategies on marketplaces. A toolkit for optimizing product placement algorithms is developed, taking into account content, behavioral, and commercial ranking factors. A comprehensive approach to increasing a seller's rating through systematic reputation management and customer service optimization is proposed. Approaches to allocating marketing expenditures, considering the effectiveness of various advertising channels, have been improved. A forecast for the development of the Ukrainian marketplace market is formulated, and adaptive strategies for various economic scenarios have been developed. The scientific novelty of the obtained results lies in the development of a comprehensive approach to forming development strategies for SMEs on marketplaces, which integrates modern technological capabilities, specific marketplace platform algorithms, and the specific needs of small and medium-sized businesses. For the first time, a comprehensive toolkit for increasing the efficiency of SME operations on marketplaces has been developed. The theoretical justification for the essence, significance, and types of marketplaces in the e-commerce system, mechanisms for forming national and international support for SMEs on marketplaces, promotion strategies, and scientific approaches to increasing seller ratings have been improved. Methodological foundations for forming SME development strategies, assessing trends and environmental features of marketplace operations, and scientific approaches to optimizing sales systems and marketing costs have been further developed. The practical significance of the results lies in the fact that theoretical conclusions have been brought to the level of applied recommendations. The developments have been successfully implemented in the operations of several enterprises and individual entrepreneurs: "Aniko Group" LLC, FOP Matviienko T.V., FOP Kuzin A.I., as well as directly in the entrepreneurial activities of FOP Savenko M.T. during the optimization of product offer management and promotion on leading marketplaces (Rozetka.UA, Prom, Epicenter, OLX, Hubber, Allo, Kasta). Furthermore, the research results have been implemented in the educational process of the National University of "Kyiv-Mohyla Academy" when teaching the disciplines "E-commerce" and "Digital Marketing." The developed recommendations can be used by trading enterprises, consulting organizations, scientific and educational institutions, and government bodies. Keywords: marketing, marketing strategy, strategy, enterprise, development, competitiveness, digital transformation, innovations, strategic management, information economy, digital marketing, digital economy, leadership, small and medium-sized enterprises (SMEs), marketplaces.

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:

- Савенко М.Т. Стратегія підвищення рейтингу продавця на маркетплейсі. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука», Серія «Економічні науки». 2024. №2. С. 157-163.

- Савенко М.Т. Конкурентоспроможність на маркетплейсах: технологічні інструменти та оптимізаційні рішення. Науково-практичний журнал «Цифрова економіка та економічна безпека». 2025. №4 (19). С. 369-373.
- Савенко М.Т. Стратегія збільшення продажів для малого та середнього бізнесу за допомогою маркетплейсів OLX, Prom.ua та HUBBER. Академічний журнал «Актуальні питання економічних наук». 2025. №15.
- Савенко М.Т. Стратегічне управління магазином на маркетплейсі Rozetka: особливості, виклики та ефективні підходи. Науково-практичний журнал «Сталий розвиток економіки». 2026. №6 (57). С. 510-515.
- Савенко М.Т. Стратегія просування малого та середнього бізнесу на маркетплейсах: порівняльний аналіз. Науково-практичний журнал «Сталий розвиток економіки». 2026. №1 (58). С. 250-257.
- Савенко М.Т. Стратегія збільшення кількості замовлень за допомогою маркетплейсу Rozetka. // Сучасний стан та тенденції розвитку науки та освіти : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / Міжнародний гуманітарний дослідницький центр (Дніпро, 30 грудня 2023 р). Research Europe, 2023. 176 с., С. 155-157.
- Савенко М.Т. Аналіз ефективності маркетингових кампаній для малого та середнього бізнесу на маркетплейсі Епіцентр. // Світ наукових досліджень. Випуск 33 (м. Ополе, Польща, 19-20 вересня 2024 р.).
- Савенко М.Т. Моделі успішного просування товарів малого та середнього бізнесу на Amazon та Etsy. // Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін: Збірник наукових праць VII Всеукраїнської науково-практичної конференції. (31 жовтня 2024 р., м. Полтава), / Полтавський державний аграрний університет. Полтава: ПДАУ, 2024. 1495 с., С. 1042-1044.
- Савенко М.Т. OLX, Prom.ua та Hubber: можливості для масштабування малого бізнесу на українському ринку. // Світ наукових досліджень. Випуск 39 (м. Ополе, Польща, 25-26 березня 2025 р.).
- Савенко М.Т. ETSY: ефективний інструмент виходу малого бізнесу на закордонні ринки. // Дев'яносто п'яти економіко-правові дискусії. Серія: Соціальні та гуманітарні науки: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції (м. Львів, Україна, м. Ополе, Польща, 27-28 березня 2025 р.) / редкол. : О. Патряк та ін. ГО "Наукова спільнота", WSZIA w Opolu. Львів : ФО-П Шпак В.Б. 109 с. ISSN 2522-963X., С. 11-14.
- Савенко М.Т. Rozetka для продавців: як промоактивності допомагають збільшити кількість замовлень та залучити клієнтів. // Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III Міжнародної науково практичної конференції (23-24 квітня 2025 р., м. Київ) [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2025. Т.2. – 459 с., С. 422-424.

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0119U103840 0125U000738

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Пріб Катерина Анатоліївна

2. Kateryna Prib

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-2075-0020

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Киево-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. Петухова Ольга Михайлівна

2. Olha Pietukhova

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-4020-6949

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет харчових технологій

Код за ЄДРПОУ: 02070938

Місцезнаходження: вул. Володимирська, Київ, 01601, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Клименко Наталія Анатоліївна

2. Nataliia Klymenko

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-4634-9139

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет біоресурсів і природокористування України

Код за ЄДРПОУ: 00493706

Місцезнаходження: вул. Героїв Оборони, Київ, 03041, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ковшова Ірина Олегівна

2. Iryna Kovshova

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-9013-0180

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. Пічик Катерина Валеріївна

2. Kateryna Pichyk

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-1161-270X

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

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові

голови ради

Ігнат'єва Ірина Анатоліївна

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

Ігнат'єва Ірина Анатоліївна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Басенко Олена Едуардівна

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна