

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U004868

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 27-08-2026

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: наказ ЗНУ від 21.09.2026 № 430



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Рева Денис Сергійович

2. Denys Reva

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: ОП 48101 Економіка

Дата захисту: 28-08-2026

Спеціальність за освітою: Економіка та Менеджмент Міжнародний бізнес - Центральноевропейські бізнес реалії

Місце роботи здобувача: Організація відсутня

Код за ЄДРПОУ: 0000000000

Місцезнаходження: 00000, 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 16188

Повне найменування юридичної особи: Запорізький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02125243

Місцезнаходження: вул. Університетська, Запоріжжя, Запорізький р-н., 69011, 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: Запорізький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02125243

Місцезнаходження: вул. Університетська, Запоріжжя, Запорізький р-н., 69011, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.81.03

Тема дисертації:

1. Маркетингові інструменти в управлінні підприємством, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність
2. Marketing tools in the management of an enterprise engaged in foreign economic activity

Реферат/анотація:

1. Об'єкт: процес використання маркетингових інструментів в управлінні підприємством, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність. Мета: удосконалення теоретико-методичних підходів та розробка практичних рекомендацій щодо формування маркетингових інструментів в управлінні підприємством, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність. Методи дослідження: теоретичного узагальнення, системного та порівняльного аналізу, дедуктивний та абстрактно-логічний, статистичний та аналітичний, трендове моделювання та метод експертних оцінок, факторний аналіз, метод аналізу та синтезу, кореляційно-регресійний аналіз та методи математичного моделювання, конструктивно-доказові, графічний метод. Вперше: запропоновано комплексний підхід до визначення концентрації зобов'язань індикаторів стратегічної стійкості та маркетингової незалежності, які передбачають врахування маркетингової самостійності, імунітету до ризику і концентрації зобов'язань, що дозволяють підприємствам вийти на нові ринки збуту за рахунок синергетичного ефекту використання маркетингових інструментів. Удосконалено: методичний підхід до визначення маркетингових витрат, який, на відміну від існуючих, передбачає врахування витрат

підприємства від помилкових дій маркетингового відділу, через розрахунок коефіцієнту маркетингової деструкції; враховує помилкову приналежність цифрового ліду, штрафи за відхилення від маркетингової діяльності, витрати на автентифікацію маркетингу, що дозволяє підприємствам знизити зону ризику втрати підприємства від неефективної маркетингової діяльності; методичний підхід до оцінки ефективності використання та визначення траєкторії розширення ринків збуту і зовнішньоекономічної діяльності підприємств, який, на відміну від існуючих, враховує показники лояльності покупців та лобіювання інтересів підприємства на внутрішніх і зовнішніх ринках на основі впровадження новітніх маркетингових інструментів, що дозволяють підприємствам формувати нейролінгвістичну парадигму психолінгвістичного програмування клієнтів; методичний підхід до використання маркетингових інструментів, який, на відміну від існуючих, враховує коефіцієнт автентичності, що виступає запобіжником ідентифікації якості маркетингової діяльності і доповнює коефіцієнт маркетингової активності, який передбачає використання вагомого коефіцієнта цифровізації, що дозволяє підприємствам контролювати маркетингові витрати та їх вплив на розширення ринків збуту продукції; методичний підхід до формування стратегічного управління підприємством із урахуванням змін використання маркетингових інструментів, який, на відміну від існуючих, передбачає застосування нейромаркетингового контролінгу, що дозволяє розраховувати сценарні, прогностичні показники зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Набуло подальшого розвитку: сутність поняття «маркетингові інструменти»; класифікація маркетингових інструментів. Сфера використання: підприємства, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

2. Object: the process of using marketing tools in the management of an enterprise engaged in foreign economic activity. Purpose: improvement of theoretical and methodological approaches and development of practical recommendations for the formation of marketing tools in the management of an enterprise engaged in foreign economic activity. Research methods: theoretical generalization, system and comparative analysis, deductive and abstract-logical, statistical and analytical, trend modeling and expert assessment method, factor analysis, analysis and synthesis method, correlation-regression analysis and mathematical modeling methods, constructive-evidence, graphical method. For the first time: a comprehensive approach to determining the concentration of commitments of indicators of strategic sustainability and marketing independence has been proposed, which involves taking into account marketing independence, immunity to risk and concentration of commitments, which allow enterprises to enter new sales markets due to the synergistic effect of using marketing tools. Improved: a methodological approach to determining marketing costs, which, unlike existing ones, involves taking into account the costs of the enterprise from erroneous actions of the marketing department, through the calculation of the marketing destruction coefficient; takes into account the erroneous affiliation of a digital lead, penalties for deviations from marketing activities, marketing authentication costs, which allows enterprises to reduce the risk zone of loss of the enterprise from ineffective market to assessing the effectiveness of the use and determining the trajectory of the expansion of sales markets and foreign economic activity of enterprises, which, unlike existing ones, takes into account indicators of customer loyalty and lobbying of the interests of the enterprise in domestic and foreign markets based on the implementation of the latest marketing tools that allow enterprises to form a neurolinguistic paradigm of psycholinguistic programming of clients; a methodological approach to the use of marketing tools, which, unlike existing ones, takes into account the authenticity coefficient, which acts as a fuse for identifying the quality of marketing activities and complements the marketing activity coefficient, which involves the use of a significant digitization coefficient, which allows enterprises to control marketing costs and their impact on the expansion of product sales markets; a methodological approach to the formation of strategic management of the enterprise taking into account changes in the use of marketing tools, which, unlike existing ones, involves the use of neuromarketing controlling, which allows calculating scenario, forecast indicators of the enterprise's foreign economic activity. Further development has been made: the essence of the concept of "marketing tools"; classification of marketing tools. Scope of use: enterprises engaged in foreign economic activity.

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:

- Cherep A. V., Reva D. S. Genesis of marketing concept transformation in managing the company. Financial Strategies of Innovative Economic Development: Proceedings Scientific Publications (Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки: Збірник наукових праць). Zaporizhzhia : Publishing House «Helvetica», 2022. № 3 (55). P. 114–120
- Reva D. S. Marketing assimilation tactics of the firm to the consumers' behavioral changes for profit maximization and the moral antagonism of such company's decisions. Financial Strategies of Innovative Economic Development: Proceedings Scientific Publications (Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки: Збірник наукових праць). Zaporizhzhia : Publishing House «Helvetica», 2023. № 3 (59). P. 88–91.
- Рева Д. С. Економетричне моделювання впливу маркетингового капіталу на фінансову стійкість суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 5 (287). С. 552–559.
- Cherep A. V., Reva D. S. Feasibility of company's management using conceptual marketing in the process of ensuring viability of domestic enterprises. Financial Strategies of Innovative Economic Development: Proceedings Scientific Publications (Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки: Збірник * Видання одночасно належить до міжнародних наукометричних баз 15 наукових праць). Zaporizhzhia : Publishing House «Helvetica», 2022. № 4 (56). P. 89–94.
- Рева Д. С. Інституційні механізми стратегічного партнерства з міжнародними торговельними палатами у забезпеченні репутаційної стійкості глобального бізнесу. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 8 (290). С. 396– 404.
- Рева Д. С. Маркетинговий аудит та обліково-аналітичне забезпечення управління інтелектуальним капіталом підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 12, Т. 2 (294/2). С. 254–262.
- Рева Д. С. Алгоритмізація вибору інноваційних маркетингових інструментів у забезпеченні конкурентоспроможності експортно-орієнтованих підприємств. Економіка та суспільство. Одеса : Товариство з обмеженою відповідальністю «Видавничий дім «Гельветика», 2026. Вип. 83.
- Рева Д. С. Нейролінгвістичні маркетингові технології позиціонування високотехнологічних брендів на світових ринках візуальної ідентичності і клієнтського досвіду. Причорноморські економічні студії. Одеса : Товариство з обмеженою відповідальністю «Видавничий дім «Гельветика», 2026. Вип. 98. С. 174–180.
- Рева Д. С. Формування бренду компанії в умовах війни та технологічні аспекти операційної діяльності. Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях : матеріали XVII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 13–14 жовт. 2022 р.). Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2022. С. 207–208
- Рева Д. С. Створення мікроекономічних процесів бізнесу для розбудови економіки під час військових дій. Управління соціально-економічним розвитком регіонів і держави : матеріали XVII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 20–21 квіт. 2023 р.). Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. С. 44–46
- Рева Д. С. Економічна вага маркетингового капіталу у стратегічному формуванні ЗЕД. Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях : матеріали XX Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 16–17 жовт. 2025 р.). Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. С. 112–114

- Рева Д. С. Теоретичні засади перекладу маркетингової термінології у сфері ЗЕД. Різдвяні студентські наукові читання : Vita in lingua : матеріали IV Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 12 груд. 2025 р.). Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2026. С. 69–71
- Рева Д. С. Стратегія маркетингового контролінгу та інтеграція функції виробництва. Управління соціально-економічним розвитком регіонів і держави : матеріали XX Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 16–17 квіт. 2026 р.). Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2026. С. 74–76

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0124U000600 0125U000996

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кущик Анатолій Петрович

2. Anatolii P. Kushchuk

Кваліфікація: к. е. н., професор, 08.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-0627-2296

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Запорізький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02125243

Місцезнаходження: вул. Університетська, Запоріжжя, Запорізький р-н., 69011, 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. Кузьмін Олег Євгенович

2. Oleh Y. Kuzmin

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-6014-6437

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери, Львів, 79013, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Мальчик Мар'яна Василівна

2. Maryana V. Malchuk

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:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гельман Валентина Миколаївна

2. Valentyna M. Helman

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-0294-1889

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Запорізький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02125243

Місцезнаходження: вул. Університетська, Запоріжжя, Запорізький р-н., 69011, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гамова Оксана Вікторівна

2. Oksana V. Hamova

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-9752-6900

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Запорізький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02125243

Місцезнаходження: вул. Університетська, Запоріжжя, Запорізький р-н., 69011, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради

Дашко Ірина Миколаївна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні

Дашко Ірина Миколаївна

Відповідальний за підготовку
облікових документів

Дребезов Денис Олегович

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності



Юрченко Тетяна Анатоліївна