

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U002142

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 02-06-2026

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ від 15.07.2026 № 1079/ст



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Пересунько Михайло Миколайович

2. Mykhailo Peresunko

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 075

Назва наукової спеціальності: Маркетинг

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Маркетинг

Дата захисту: 17-06-2026

Спеціальність за освітою: 7.05100302 Прилади точної механіки

Місце роботи здобувача: Організація відсутня

Код за ЄДРПОУ: 000000000

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 13099

Повне найменування юридичної особи: Національний університет «Київський авіаційний інститут»

Код за ЄДРПОУ: 45853942

Місцезнаходження: просп. Гузара Любомира, Київ, 03058, 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 «Київський авіаційний інститут»

Код за ЄДРПОУ: 45853942

Місцезнаходження: просп. Гузара Любомира, Київ, 03058, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.51.51, 06.81.55

Тема дисертації:

1. Інструменти Digital Marketing у просуванні товарів і послуг на міжнародних ринках
2. Digital Marketing Tools in Promoting Goods and Services in International Markets

Реферат/анотація:

1. Дисертаційна робота присвячена обґрунтуванню теоретико-методичних засад і розробленню практичних рекомендацій щодо формування та використання інструментів Digital Marketing для просування товарів і послуг на міжнародних ринках. Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій, трансформацією поведінки споживачів та необхідністю адаптації маркетингових стратегій до глобального конкурентного середовища. У роботі систематизовано сучасні теоретичні підходи до трактування цифрового маркетингу та запропоновано авторське визначення інструментів Digital Marketing як інтегрованої системи аналітичних рішень, автоматизованих технологій і цифрових каналів комунікації, орієнтованих на просування брендів, підвищення якості клієнтського досвіду та забезпечення маркетингової ефективності. Встановлено, що цифрові технології формують основу конкурентоспроможності підприємств та створюють умови для масштабування бізнесу на міжнародному рівні. Досліджено фактори, що впливають на розвиток сучасних тенденцій Digital Marketing, а також обґрунтовано значення адаптації до технологічних змін і трансформацій споживчої поведінки. Значну увагу приділено аналітичним моделям Affiliate Marketing,

удосконаленню критеріїв оцінювання ефективності партнерських програм, механізмам оптимізації бюджетів та використанню data-driven підходів. Проведений аналіз тенденцій розвитку digital-маркетингу у світовому ритейлі засвідчив суттєві регіональні відмінності у рівнях цифрової зрілості. Встановлено залежність між масштабом підприємства та інтенсивністю використання цифрових інструментів. Доведено, що ефективність каналів цифрового маркетингу визначається особливостями їх функціонального використання, рівнем персоналізації та застосуванням аналітичних інструментів. Запропоновано прогностичні сценарії розвитку Digital Marketing у B2C e-commerce, які передбачають подальше поширення AI-маркетингу, омніканальних стратегій, автоматизованих систем сегментації та персоналізації комунікацій. Розроблено типологію digital-стратегій відповідно до етапів виходу підприємств на міжнародні ринки та концепцію формування міжнародної цифрової маркетингової стратегії. Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання запропонованих рекомендацій підприємствами для підвищення ефективності міжнародного просування, оптимізації маркетингових витрат та формування стійких конкурентних переваг у глобальному середовищі.

2. The dissertation is devoted to substantiating theoretical and methodological foundations and developing practical recommendations for the formation and implementation of Digital Marketing tools for promoting goods and services in international markets. The relevance of the research is determined by the rapid development of digital technologies, transformations in consumer behavior, and the need to adapt marketing strategies to the global competitive environment. The study systematizes modern theoretical approaches to digital marketing and proposes the author's interpretation of Digital Marketing tools as an integrated system of analytical solutions, automated technologies, and digital communication channels aimed at brand promotion, customer experience enhancement, and improvement of marketing performance. It is determined that digital technologies create the basis for strengthening competitive positions and scaling business activities in international markets. The research identifies the factors influencing the development of Digital Marketing trends and substantiates the importance of adapting to technological transformations and changing consumer behavior. Considerable attention is paid to analytical models of Affiliate Marketing, the development of performance indicators, partner selection criteria, attribution models, and budget optimization mechanisms based on data-driven approaches. The analysis of digital marketing development in global retail revealed significant regional disparities in digital maturity. The findings confirm the relationship between company size and the level of digital tool implementation. It has been established that the effectiveness of digital channels depends on their functional role, personalization level, and the use of analytical instruments. Forecast scenarios for the development of Digital Marketing in B2C e-commerce for the coming years are proposed, emphasizing AI-based marketing solutions, omnichannel strategies, automated segmentation, and personalized communications. A typology of digital strategies according to stages of international market entry and a concept for international digital marketing strategy development have been proposed. The practical significance of the research lies in the possibility of applying the proposed recommendations to improve international promotion efficiency, optimize marketing expenditures, and strengthen sustainable competitive advantages in global markets.

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: Розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки

Підсумки дослідження: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- 1. Князева Т., Пересунько М., Галушко А. (2025). Digital трансформації в маркетинговій діяльності компанії. Економіка та суспільство, (72). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-23>
- 2. Князева Т., Пересунько М. (2025) Особливості діджиталізації маркетингової діяльності міжнародних компаній. Проблеми системного підходу в економіці. Вип. 3 (100) С. 91-95. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2025-3-13>
- 3. Князева Т., Пересунько М. (2025) Концептуальні орієнтири стратегічного просування товарів і послуг на основі цифрових маркетингових рішень. Підприємництво та інновації. Вип. № 36. С. 135-139. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/36.22>
- 4. Пересунько М., Галушко А. (2025) Партнерський маркетинг як інструмент забезпечення ефективного цифрового просування товарів і послуг. Економіка і управління. № 2(104). С. 126-130. DOI: <https://doi.org/10.32782/2312-7872.2.2025.17>
- 5. Пересунько М. (2025) Сценарний аналіз використання інструментів цифрового маркетингу в електронній комерції. Бізнес-навігатор. Вип.4 (81) С. 509-514. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.81-80>
- 6. Князева Т., Пересунько М. (2025) Інтегрована стратегія цифрового маркетингу як інструмент виходу підприємств на міжнародні ринки. Економіка та суспільство, (81). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-55>
- 7. Kniazieva T., Peresunko M. (2025) Use of Digital Tools in Marketing: Global and Regional Aspects. Věda a perspektivy. №10 (53) pp. 9-19. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2025-10\(53\)-9-19](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2025-10(53)-9-19)

Наукова (науково-технічна) продукція: методичні документи; аналітичні матеріали

Соціально-економічна спрямованість: забезпечення промисловості чи населення новим видом інформаційно-комунікаційних послуг

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0123U104294, 0121U113150

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Князева Тетяна В'ячеславівна

2. Tetiana Князева

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.06

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7223-7013

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет «Київський авіаційний інститут»

Код за ЄДРПОУ: 45853942

Місцезнаходження: просп. Гузара Любомира, Київ, 03058, 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. Капінус Лариса Василівна
2. Larysa V. Karinus

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-6135-7885

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. Ларіна Ярослава Степанівна
2. Yaroslava S. Larina

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-2712-7824

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний економічний університет імені
Вадима Гетьмана

Код за ЄДРПОУ: 02070884

Місцезнаходження: просп. Берестейський (Перемоги), Київ, 03680, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Школенко Оксана Борисівна
2. Oksana Shkolenko

Кваліфікація: к. е. н., доцент, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: ORCID 0000-0003-279

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет «Київський авіаційний інститут»

Код за ЄДРПОУ: 45853942

Місцезнаходження: просп. Гузара Любомира, Київ, 03058, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Радченко Ганна Анатоліївна

2. Hanna Radchenko

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.00.07

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-4233-2831

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет «Київський авіаційний інститут»

Код за ЄДРПОУ: 45853942

Місцезнаходження: просп. Гузара Любомира, Київ, 03058, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради

Полоус Ольга Вікторівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні

Полоус Ольга Вікторівна

Відповідальний за підготовку
облікових документів

Довженко Олена Андріївна

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності



Юрченко Тетяна Анатоліївна