

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

**Державний обліковий номер:** 0826U000071

**Особливі позначки:** відкрита

**Дата реєстрації:** 08-01-2026

**Статус:** Наказ про видачу диплома

**Реквізити наказу МОН / наказу закладу:** Наказ ДТЕУ про видачу диплома від 10.03.2026 № 802



## II. Відомості про здобувача

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Жолуденко Тетяна Ігорівна

2. Tetiana I. Zholudenko

**Кваліфікація:**

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0009-0003-9813-9165

**Вид дисертації:** доктор філософії

**Аспірантура/Докторантура:** так

**Шифр наукової спеціальності:** 292

**Назва наукової спеціальності:** Міжнародні економічні відносини

**Галузь / галузі знань:**

**Освітньо-наукова програма зі спеціальності:** Міжнародні економічні відносини

**Дата захисту:** 20-02-2026

**Спеціальність за освітою:** 073 Менеджмент

**Місце роботи здобувача:**

**Код за ЄДРПОУ:**

**Місцезнаходження:**

**Форма власності:**

**Сфера управління:**

**Ідентифікатор ROR:** Не застосовується

### **III. Відомості про організацію, де відбувся захист**

**Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради):** PhD 11646

**Повне найменування юридичної особи:** Державний торговельно-економічний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 44470624

**Місцезнаходження:** вул. Кіото, Київ, 02156, 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:** Державний торговельно-економічний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 44470624

**Місцезнаходження:** вул. Кіото, Київ, 02156, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

### **V. Відомості про дисертацію**

**Мова дисертації:** Українська

**Коди тематичних рубрик:** 72.75.39

**Тема дисертації:**

1. Інноваційний маркетинг на міжнародному фармацевтичному ринку
2. Innovative marketing on the international pharmaceutical market.

**Реферат:**

1. Дисертаційне дослідження присвячене розкриттю теоретико-методичних засад та практичних механізмів формування і реалізації інноваційного маркетингу на міжнародному фармацевтичному ринку в умовах цифрової трансформації та глобальних викликів. Об'єктом цього дослідження є процеси, закономірності та тенденції розвитку інноваційного маркетингу на міжнародному фармацевтичному ринку. В дослідженні здійснено системний аналіз еволюції концепцій інноваційного маркетингу, окреслено ключові тренди у фармацевтичній галузі, включаючи персоналізацію, штучний інтелект, блокчейн та омніканальні стратегії, що змінюють природу взаємодії між компаніями та споживачами на глобальному рівні. Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних засад та науково-практичних аспектів розвитку інноваційного маркетингу на міжнародному фармацевтичному ринку. У роботі запропоновано авторське тлумачення поняття «інноваційний маркетинг у фармацевтичній сфері», обґрунтовано інституційні, нормативні та етичні засади його впровадження в міжнародному контексті. Особливу увагу приділено моделюванню міжгалузевої синергії між фармацевтичними та ІТ-компаніями як передумові посилення

конкурентоспроможності фармацевтичного бізнесу. На основі порівняльного аналізу міжнародного досвіду та оцінки українських реалій сформульовано практичні рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингових стратегій фармацевтичних компаній. Результати дисертації мають наукову новизну, підтверджену розробкою нових моделей, концепцій та підходів до оцінювання ефективності інноваційного маркетингового комплексу на міжнародному фармацевтичному ринку, а також прикладне значення для бізнесу, державної політики та академічного середовища. Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні та систематизації теоретико-методичних засад, наукових та практичних положень щодо розвитку інноваційного маркетингу на міжнародному фармацевтичному ринку. В дослідженні удосконалено концептуальні засади інноваційного маркетингу, а саме, включення інтегрованої цифрової інфраструктури управління процесами на міжнародному фармацевтичному ринку до комплексу інноваційного маркетингу на системному рівні, врахування принципів стейкхолдерського підходу, цифрової трансформації та персоналізованих маркетингових стратегій для забезпечення цілісності та узгодженості взаємодії між фармацевтичними компаніями, інформаційно-технологічними партнерами, медичними установами, регуляторними структурами та пацієнтами та створення основи для формування сталих цифрових інституційних альянсів. Також удосконалено організаційно-економічний підхід до формування цифрової екосистеми фармацевтики через багатоаспектне моделювання синергії фармацевтичної та ІТ сфер і відображає взаємозв'язки між сучасними цифровими рішеннями (AI, Big Data, IoT, Cloud, Blockchain) та ключовими фармацевтичними процесами (дослідження та розробка препаратів, виробництво, логістика, маркетинг, фармаконагляд), що на відміну від існуючих включає до її структури інституційну складову, забезпечуючи можливість враховувати регуляторні, технологічні та клінічні аспекти, створюючи умови для скорочення часу виходу інноваційних ліків на ринок і підвищення безпеки їх застосування. Вдосконалено науково-методичний підхід до використання інструментарію прогнозування розвитку інноваційного маркетингу на міжнародному фармацевтичному ринку, зокрема шляхом побудови уточненої ступеневої моделі прогнозування ринку з урахуванням нових макро- і мікроекономічних змінних: гуманітарна допомога, індекс воєнних ризиків, втрати цифрової інфраструктури, рівень цифрової компетентності споживачів. Набув розвитку понятійно-категоріальний апарат через поглиблення сутності поняття «інноваційний маркетинг», що на відміну від існуючих, базується на системному, стратегічному та міждисциплінарному підходах, інтегруючи класичні маркетингові інструменти із можливостями сучасних цифрових платформ, що забезпечує формування стратегічного бачення сталого розвитку та переорієнтовує маркетингову діяльність із комерційних результатів на довгострокові соціально-економічні ефекти; поняття «інноваційний маркетинг у фармацевтичній сфері», що, на відміну від існуючих визначень, враховує специфіку регульованого фармацевтичного ринку, міжсекторальну взаємодію зі стейкхолдерами (пацієнтами, лікарями, регуляторами) та етичні обмеження просування лікарських засобів. Набув подальшого розвитку науково-методичний підхід до формування систематизованих трансформаційних сценаріїв розвитку маркетингових стратегій на фармацевтичному ринку, який забезпечує перехід від фрагментованої логістики до прозорих, автоматизованих і персоналізованих моделей управління та дозволяє сформувати базову структуру взаємодії стейкхолдерів і об'єднує технологічну, регуляторну, інституційну та медичну складові цифрової фармацевтичної екосистеми.

2. The dissertation research is devoted to revealing the theoretical and methodological foundations and practical mechanisms of formation and implementation of innovative marketing in the international pharmaceutical market in the conditions of digital transformation and global challenges. The object of this research is the processes, patterns and trends of development of innovative marketing in the international pharmaceutical market. The study carried out a systematic analysis of the evolution of innovative marketing concepts, outlined key trends in the pharmaceutical industry, including personalization, artificial intelligence, blockchain and omnichannel strategies that change the nature of interaction between companies and consumers at the global level. The subject of the research is a set of theoretical and methodological foundations and scientific and practical aspects of the development of innovative marketing in the international pharmaceutical market. The work proposes the author's interpretation of the concept of "innovative marketing in the pharmaceutical sector", substantiates the

institutional, regulatory and ethical principles of its implementation in the international context. Special attention is paid to modeling inter-industry synergy between pharmaceutical and IT companies as a prerequisite for strengthening the competitiveness of the pharmaceutical business. Based on a comparative analysis of international experience and an assessment of Ukrainian realities, practical recommendations are formulated to improve the effectiveness of marketing strategies of pharmaceutical companies. The results of the dissertation have scientific novelty, confirmed by the development of new models, concepts and approaches to assessing the effectiveness of the innovative marketing complex in the international pharmaceutical market, as well as applied significance for business, public policy and the academic environment. The scientific novelty of the results obtained lies in the deepening and systematization of theoretical and methodological foundations, scientific and practical provisions on the development of innovative marketing in the international pharmaceutical market. The study improved the conceptual foundations of innovative marketing, namely, the inclusion of an integrated digital process management infrastructure in the international pharmaceutical market into the innovative marketing complex at the system level, taking into account the principles of a stakeholder approach, digital transformation, and personalized marketing strategies to ensure the integrity and consistency of interaction between pharmaceutical companies, information technology partners, medical institutions, regulatory bodies, and patients, and creating a foundation for the formation of sustainable digital institutional alliances. The organizational and economic approach to the formation of the digital ecosystem of pharmaceuticals has also been improved through multi-faceted modeling of the synergy of the pharmaceutical and IT spheres and reflects the relationships between modern digital solutions (AI, Big Data, IoT, Cloud, Blockchain) and key pharmaceutical processes (drug research and development, production, logistics, marketing, pharmacovigilance), which, unlike the existing ones, includes an institutional component in its structure, providing the opportunity to take into account regulatory, technological and clinical aspects, creating conditions for reducing the time to market for innovative drugs and increasing the safety of their use. The scientific and methodological approach to the use of tools for forecasting the development of innovative marketing on the international pharmaceutical market has been improved, in particular by building a refined step-by-step market forecasting model taking into account new macro- and microeconomic variables: humanitarian aid, war risk index, loss of digital infrastructure, and the level of digital competence of consumers. The conceptual and categorical apparatus has developed through deepening the essence of the concept of "innovative marketing", which, unlike existing ones, is based on systemic, strategic and interdisciplinary approaches, integrating classical marketing tools with the capabilities of modern digital platforms, which ensures the formation of a strategic vision of sustainable development and reorients marketing activities from commercial results to long-term socio-economic effects; the concept of "innovative marketing in the pharmaceutical sector", which, unlike existing definitions, takes into account the specifics of the regulated pharmaceutical market, intersectoral interaction with stakeholders (patients, doctors, regulators) and ethical restrictions on the promotion of medicines. A scientific and methodological approach to the formation of systematized transformation scenarios for the development of marketing strategies in the pharmaceutical market was improved.

**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:** Впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики

**Підсумки дослідження:** Нове вирішення актуального наукового завдання

**Публікації:**

- Жолуденко Т.І. (2024). Роль інноваційного маркетингу у розвитку міжнародного фармацевтичного ринку. Актуальні проблеми економіки. №6 (276). С. 217-227. <https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/06/%D0%A2%D0%B5%D1%82%D1%8F%D0%BD%D0%B0-%D0%96%D0%BE%D0%BB%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE-%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F-%D1%83%D0%BA%D1%80.pdf>
- Корж М., Жолуденко Т. Фоміченко І. (2024). Стратегічні альянси на фармацевтичному ринку. Міжнародний науково-практичний журнал «Товари і ринки». №52 (4). С. 14-34. <https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/view/2209>
- Жолуденко Т.І. (2025). Світові напрямки розвитку креативних маркетингових стратегій у фармацевтичній сфері. Актуальні проблеми економіки. №2 (284). С.6-17. [https://eco-science.net/wp-content/uploads/2025/02/2.25.\\_topic\\_Tatiana-Zholudenko-268-276.pdf](https://eco-science.net/wp-content/uploads/2025/02/2.25._topic_Tatiana-Zholudenko-268-276.pdf)
- Жолуденко Т.І. (2025). Інноваційний маркетинг у фармацевтичній промисловості: тренди та перспективи розвитку. Актуальні питання економічних наук, (7) <https://zenodo.org/records/14807937>
- Жолуденко Т.І. (2025) Цифрова трансформація інноваційного маркетингу у міжнародному фармацевтичному секторі. Актуальні проблеми економіки. 2025 №3 (285). С.6-17. [https://eco-science.net/wp-content/uploads/2025/03/3.25.\\_topic\\_Tetiana-Zholudenko-6-17.pdf](https://eco-science.net/wp-content/uploads/2025/03/3.25._topic_Tetiana-Zholudenko-6-17.pdf)
- Korzh, M., & Zholudenko, T. (2025). Особливості маркетингу на міжнародному фармацевтичному ринку в контексті цифрової трансформації. Features of marketing in international pharmaceutical market in the context of digital transformation. Economic Forum, 15(1), 103-115. <https://e-forum.com.ua/en/journals/tom-15-1-2025/osoblivosti-marketingu-na-mizhnarodnomu-farmatsevtichnomu-rinku-v-umovakh-tsifrovoyi-transformatsiyi>
- Жолуденко Т.І. (2025) Інноваційні тренди маркетингу у фармацевтичній галузі: глобальні виклики та можливості. Актуальні проблеми сталого розвитку, Том 2, №3. <https://journals.csr.com.ua/index.php/sustainability/article/view/97>
- Цопа В.А., Жолуденко Т.І. (2023). Стандартизація маркетингової діяльності: як управляти кол-центрами, керуючись вимогами ISO 18295-1:2017. Спеціалізований журнал «Управління якістю», Система менеджменту якості. №1 2023. <https://ya.techmedia.com.ua/upravlinnya-yakistyu-2023-1/standartyzatsiya-marketynhovoyi-diyalnosti-yak-upravlyaty-kol-tsentramy>
- Цопа В.А., Жолуденко Т.І. (2023). Управління контакт-центром: враховуємо ризики та ефективний досвід. Спеціалізований журнал «Управління якістю», Система менеджменту якості. №1 2023. <https://ya.techmedia.com.ua/upravlinnya-yakistyu-2023-3/upravlinnya-kontakt-tsentrom-vrakhovuyemo-ryzky-ta-efektyvnyy-dosvid>
- Корж М.В., Жолуденко Т.І. (2023). Обмеження та можливості впровадження інновацій до комплексу маркетингу на фармацевтичному ринку. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання» (5-6 грудня 2023 року, м. Суми). С.294-297. <https://snau.edu.ua/science/inshe/naukovi-zahodi/vnutrishni-naukovi-zahodi-naukovi-zahodi-shho-provodjatsja-u-snau-konferencii>
- Корж М.В., Жолуденко Т.І. (2024). Сучасна концепція фармацевтичного маркетингу в умовах цифрової трансформації. Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічної діяльністю». С.86-91. <http://nasoa.edu.ua/event/11-mizhnarodna-konferentsiya-biznes-analitika-upravlinni-zovnishnoekonomichnoyu-diyalnistyu/>
- Жолуденко Т.І. (2024). Розвиток фармацевтичного маркетингу в умовах повоєнної відбудови. Міжнародні фінансові аспекти відновлення економіки України: збірник наукових праць за результатами міжнародної науково-практичної конференції / ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» (Київ, 6 червня 2024 р). 2024. С. 205-208. [http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2024/10/2024\\_mizhnarodni\\_finansovi\\_aspekty\\_vidnovlennja\\_economiky\\_Ukrainy.pdf](http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2024/10/2024_mizhnarodni_finansovi_aspekty_vidnovlennja_economiky_Ukrainy.pdf)
- Жолуденко Т.І. (2024). Маркетинг інновацій у фармацевтиці: синергія науки, технологій і бізнесу. Sectoral research XXI: IX International Scientific and Theoretical Conference/ International Center of

Scientific Research (Chicago, USA, 20 грудня 2024 р). 2024. С. 33-36.

<https://previous.scientia.report/index.php/archive/issue/view/20.12.2024>

- Жолуденко Т.І. (2025). Цифрові технології в інноваційному маркетингу на фармацевтичному ринку. Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічної діяльністю». (Київ, 7 березня 2025 року). С. 106-112. <http://nasoa.edu.ua/event/11-mizhnarodna-konferentsiya-biznes-analitika-upravlinni-zovnishnoekonomichnoyu-diyalnistyuu/>
- Жолуденко Т.І. (2025). Глобалізація та локалізація: адаптація маркетингових стратегій у фармацевтичному секторі. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, Національний університет «Києво -могилянська академія», 23-24 квітня 2025 року). Електронне видання. Т.2. С.207-211. <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/26baaa2d-fb67-4e17-8de3-88cb2509a80e>
- Жолуденко Т.І. (2025). Інноваційний маркетинг у фармацевтичній галузі як інструмент адаптації до умов євроінтеграції. Модернізація управління соціально-економічним розвитком регіону в умовах євроінтеграції : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернівці, 15-16 травня 2025 р.). С. 220-224. [http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf\\_15\\_05\\_2025.pdf](http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_15_05_2025.pdf)
- Жолуденко Т.І. (2025) Цифрові технології в інноваційному маркетингу на фармацевтичному ринку. XVI Міжнародна науково-практична конференція «Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі» (24 квітня 2025 р., КAI, м. Київ, 24 квітня 2025 р.) тези доп. С.124-126. <https://nau.edu.ua/ua/event/2025/mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-natsionalni-ekonomichni-strategii-rozvitku-v-globalnomu-seredov>

**Наукова (науково-технічна) продукція:** методи, теорії, гіпотези; аналітичні матеріали

**Соціально-економічна спрямованість:** поліпшення якості життя та здоров'я населення, ефективності діагностики та лікування хворих; підвищення автоматизації виробничих процесів

**Охоронні документи на ОПВ:**

**Впровадження результатів дисертації:** Впроваджено

**Зв'язок з науковими темами:** 0124U001044

## **VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Корж Марина Володимирівна

2. Maryna V. Korzh

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.02

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-1475-6429

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Державний торговельно-економічний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 44470624

**Місцезнаходження:** вул. Кіото, Київ, 02156, 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. Лютак Олена Миколаївна
2. Olena Lutak

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.02

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-4293-0586

#### Додаткова інформація:

**Повне найменування юридичної особи:** Луцький національний технічний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 05477296

**Місцезнаходження:** вул. Львівська, Луцьк, Луцький р-н., 43018, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:** 02vn54r74

#### Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Костинець Юлія Володимирівна
2. Yulia V. Kostynets

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

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0001-6427-675X

#### Додаткова інформація:

**Повне найменування юридичної особи:** Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління"

**Код за ЄДРПОУ:** 16476880

**Місцезнаходження:** вул. Ушинського, Київ, 03153, Україна

**Форма власності:** Приватна/недержавна

**Сфера управління:**

**Ідентифікатор ROR:**

### Рецензенти

#### Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кудирко Людмила Петрівна
2. Liudmila P. Kudirko

**Кваліфікація:** к. е. н., професор, 08.01.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-9089-7223

**Додаткова інформація:** Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55437032900>; Web of Science: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/L-7571-2016>; Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=xW3Dzh8AAAAJ&hl=en>

**Повне найменування юридичної особи:** Державний торговельно-економічний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 44470624

**Місцезнаходження:** вул. Кіото, Київ, 02156, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Чуніхіна Тетяна Сергіївна

2. Tetiana S. Chunikhina

**Кваліфікація:** к. е. н., доц., 08.00.01

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-1386-6706

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Державний торговельно-економічний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 44470624

**Місцезнаходження:** вул. Кіото, Київ, 02156, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

## VIII. Заключні відомості

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

Дугінець Ганна Володимирівна

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

Дугінець Ганна Володимирівна

**Відповідальний за підготовку  
облікових документів**

Жолуденко Тетяна Ігорівна

**Реєстратор**

Юрченко Тетяна Анатоліївна

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна