

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U001322

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 04-05-2026

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ Сумського державного університету № 0131-V від 28 травня 2026 р.



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Нестеренко Володимир Іванович

2. Volodymyr Nesterenko

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-1792-9823

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 075

Назва наукової спеціальності: Маркетинг

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: 20762 маркетинг

Дата захисту: 05-05-2026

Спеціальність за освітою: 075 Маркетинг

Місце роботи здобувача: Товариство з обмеженою відповідальністю «ЮВСЕРВІС»

Код за ЄДРПОУ: 32665735

Місцезнаходження: вул. Смілянська, Київ, 03151, Україна

Форма власності: Приватна/недержавна

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 12350

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, 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: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 19.45, 20.01.15, 23.01.14, 06.81.03

Тема дисертації:

1. Формування маркетингових каналів комунікацій в умовах трансформації суспільних цінностей
2. Formation of Marketing Communication Channels under Conditions of the Transformation of Societal Values

Реферат/анотація:

1. Дисертаційне дослідження присвячене розвитку науково-методичних підходів до формування маркетингових каналів комунікацій в умовах трансформації суспільних цінностей. В умовах цифровізації економіки, глобальних соціально-економічних змін та зростання ролі генеративного штучного інтелекту відбувається суттєва трансформація моделей споживчої поведінки та комунікаційного середовища, що зумовлює необхідність переосмислення підходів до формування та оцінювання ефективності маркетингових каналів комунікацій. У роботі обґрунтовано, що традиційні моделі комунікацій, орієнтовані на масове охоплення, втрачають ефективність, поступаючись персоналізованим та поведінково-орієнтованим підходам, які враховують когнітивні, емоційні та ціннісні характеристики споживачів. Визначено наукову проблему, що полягає у відсутності комплексного методичного інструментарію формування маркетингових каналів комунікацій з урахуванням трансформації суспільних цінностей та рівня цифрової залученості аудиторій. У дисертації розроблено та обґрунтовано науково-методичні підходи до оцінювання ефективності маркетингових каналів комунікацій, серед яких виокремлено поведінково-аналітичний підхід, що поєднує

кількісні методи аналізу з оцінкою когнітивно-емоційних реакцій споживачів. Застосування моделей S-O-R та ELM дозволило поглибити розуміння механізмів впливу маркетингових повідомлень на поведінкові рішення. Емпірична частина дослідження базується на використанні методів бібліометричного аналізу, кластеризації та дисперсійного аналізу (ANOVA), що дозволило ідентифікувати структурні відмінності у сприйнятті маркетингових каналів комунікацій різними соціально-демографічними групами. Обґрунтовано доцільність диференціації комунікаційних стратегій залежно від рівня цифрової залученості аудиторій. На основі отриманих результатів запропоновано концептуальну схему формування маркетингових каналів комунікацій, яка інтегрує процеси аналізу середовища, типологізації аудиторій, вибору каналів, формування комунікаційного міксу та оцінювання ефективності на основі системи KPI. Практичне значення результатів полягає у можливості їх використання для підвищення ефективності маркетингових комунікацій підприємств, оптимізації комунікаційного міксу та підвищення результативності використання маркетингових бюджетів.

2. The dissertation is devoted to the development of scientific and methodological approaches to the formation of marketing communication channels under conditions of societal value transformation. In the context of economic digitalization, global socio-economic changes, and the rapid development of generative artificial intelligence, significant transformations in consumer behavior patterns and the communication environment have occurred, necessitating a reconsideration of approaches to the formation and evaluation of marketing communication channels. The study substantiates that traditional communication models focused on mass reach are losing their effectiveness, giving way to personalized and behavior-oriented approaches that take into account cognitive, emotional, and value-based characteristics of consumers. The research identifies a scientific problem related to the lack of a comprehensive methodological toolkit for the formation and evaluation of marketing communication channels, considering societal value transformation and the level of audience digital engagement. The dissertation develops and justifies scientific and methodological approaches to evaluating the effectiveness of marketing communication channels, highlighting the behavioral-analytical approach, which integrates quantitative analysis with the assessment of consumers' cognitive and emotional responses. The application of S-O-R (Stimulus-Organism-Response) and ELM (Elaboration Likelihood Model) frameworks allowed for a deeper understanding of the mechanisms of influence of marketing messages on consumer decision-making. The empirical part of the study is based on bibliometric analysis, clustering methods, and analysis of variance (ANOVA), which enabled the identification of structural differences in the perception of marketing communication channels across different socio-demographic groups. The results justify the need for differentiated communication strategies depending on the level of digital engagement of target audiences. Based on the findings, a conceptual framework for the formation of marketing communication channels is proposed, integrating environmental analysis, audience typology, channel selection, communication mix development, and performance evaluation using KPI systems. The practical significance of the research lies in the possibility of applying the proposed approaches to improve the effectiveness of marketing communications, optimize communication mixes, and enhance the efficiency of marketing budget allocation.

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:

- Nesterenko V. Marketing communications: ongoing trends and options. Virtual Economics. 2021. №4(4). P. 21–32
- Nesterenko V., Miskiewicz R., Abazov R. Marketing Communications in the Era of Digital Transformation. Virtual Economics. 2023. № 6(1). P. 57–70
- Nesterenko V., Olefirenko O. The impact of AI development on the development of marketing communications. Marketing and Management of Innovations. 2023. № 1. P. 169–181
- Нестеренко В. І. Маркетингові комунікації та прибутковість компанії: case-study міжнародних компаній. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2023. №47. С. 60–67
- Nesterenko, V. Actualisation of innovative marketing communications within modern trends in the promotion of goods and services. Uzhorod National University Herald. 2022. №43. P. 112–117
- Nesterenko V., Rosokhata A., Syhyda L., Moskalenko A. Comparative analysis of marketing communications changes under the influence of COVID-19. Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University Economic Sciences. 2021. №4. P. 4–10
- Нестеренко В. І. Вплив сталого розвитку на зміни в застосуванні маркетингових комунікацій. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2022. №45. С. 35–40
- Nesterenko V. Transformation of society and social values as economic categories. Economics and Region. 2022. №2(85). P. 88–101
- Nesterenko V., Jasnikowski A., Rosokhata A., Koroshchenko V. The impact of territories transformational processes on marketing communications development: bibliometric analysis. Visnyk of Sumy State University. Series Economics. 2021. № (4). P. 264–269
- Rosokhata A., Nesterenko V., Khomenko L., Kropyva, V. Marketing communications in the context of entrepreneurial activity: bibliometric analysis. Visnyk of Sumy State University. Series Economics. 2021. №3
- Росохата А. С., Мінченко М. Г., Нестеренко В. І., Яцкова Є. С. Застосування маркетингових комунікацій при підвищенні задоволеності здобувачів ВНЗ як показник довіри суспільству. Вісник СумДУ. Серія «Економіка». 2021. №2. С. 211–220
- Nesterenko V. Influence of socio-demographic factors on the development of marketing communications. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series “Economics”. 2023. №10(2). P. 9–20
- Nesterenko V., Rosokhata A. Marketing communication in the context of the optimal model of the national pattern system of waste management in Ukraine. Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science. 2023. №27(2). P. 63–77

Наукова (науково-технічна) продукція: методи, теорії, гіпотези; методичні документи; рукопис дисертації

Соціально-економічна спрямованість: поліпшення якості життя та здоров'я населення, ефективності діагностики та лікування хворих

Охоронні документи на ОПВ:

Впровадження результатів дисертації: Планується до впровадження

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Пімоненко Тетяна Володимирівна

2. Tetiana Pimonenko

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-6442-3684

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, 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. Лагодієнко Володимир Вікторович

2. Volodymyr Lahodiienko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-9768-5488

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, Одеса, 65039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Борисова Тетяна Михайлівна

2. Tetiana Borysova

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-2906-2769

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Західноукраїнський національний університет

Код за ЄДРПОУ: 33680120

Місцезнаходження: вул. Львівська, Тернопіль, Тернопільський р-н., 46009, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Чигрин Олена Юріївна

2. Olena Chyhryn

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-4007-3728

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Летунівська Наталія Євгеніївна

2. Nataliia Letunovska

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-8207-9178

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради

Люльов Олексій Валентинович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні

Люльов Олексій Валентинович

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Реєстратор

Бойко Антон Олександрович

Юрченко Тетяна Анатоліївна

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна