

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U003354

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 10-07-2026

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ про видачу диплому_№ 797-С
від 30.09.2026



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Боденко Андрій Іванович

2. Andrii I. Bodenko

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0009-0001-3960-7139

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: 07-09-2026

Спеціальність за освітою: Правознавство

Місце роботи здобувача: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, Харків, Харківський р-н., 61166, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 15321

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, Харків, Харківський р-н., 61166, 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: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, Харків, Харківський р-н., 61166, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.61.33, 06.81.55

Тема дисертації:

1. Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств
2. Organization of remote work in the marketing sphere during the enterprises relocation

Реферат/анотація:

1. Роботу присвячено узагальненню і розвитку теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств. Актуальність теми дослідження зумовлена сучасними трансформаціями економічного середовища, активізацією процесів цифровізації, поширенням платформеної економіки, а також масштабними процесами релокації українських підприємств в умовах воєнного стану. У першому розділі дисертаційної роботи досліджено теоретико-правові засади організації дистанційної роботи в маркетинговій діяльності релокованих підприємств. Проведено систематизацію наукових підходів до трактування сутності дистанційної роботи, визначено її місце в системі сучасних соціально-економічних відносин та обґрунтовано роль цифрових технологій у забезпеченні функціонування маркетингових процесів. Установлено, що дистанційна робота є результатом розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, зміни структури зайнятості, глобалізації ринків та

необхідності забезпечення безперервності діяльності підприємств в умовах кризових викликів. Доведено, що для релокованих підприємств дистанційна робота трансформується з тимчасового механізму адаптації у стратегічний інструмент управління маркетинговою діяльністю. У другому розділі дисертаційної роботи проведено аналіз сучасного стану організації дистанційної роботи в сфері маркетингу на релокованих підприємствах. Досліджено динаміку релокаційних процесів в Україні у 2021–2025 роках. Визначено, що ключовим фактором підтримання діяльності релокованих підприємств стала цифровізація управлінських і маркетингових процесів. Установлено, що найбільш високий рівень адаптивності до умов дистанційної роботи продемонстрували підприємства сфери цифрових послуг, маркетингу, ІТ та електронної комерції, де використання цифрових платформ, CRM-систем та омніканальних комунікацій забезпечило підтримання операційної діяльності. У роботі удосконалено теоретико-методичний підхід до розширення каналів комунікації релокованих підприємств, який, на відміну від існуючих, базується на омніканальному підході, врахуванні культурно-географічних особливостей та використанні ТАМ-аналізу для оцінювання ефективності цифрової взаємодії зі споживачами. У межах дослідження також удосконалено аналітичне забезпечення ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств. Запропонований підхід базується на використанні експертного аналізу факторів зовнішнього середовища та оцінюванні впливу цифрових, організаційних і комунікаційних ризиків на ефективність маркетингової діяльності. У третьому розділі розроблено організаційну модель дистанційної роботи релокованих підприємств у сфері маркетингу та сформовано методичне забезпечення її впровадження. Запропоновано інтегрований фреймворк НТОС (Human – Technology – Organization – Culture), який поєднує людський, технологічний, організаційний та соціокультурний компоненти управління дистанційною роботою. Обґрунтовано, що ефективність дистанційної роботи значною мірою залежить від рівня цифрових компетентностей персоналу, автоматизації бізнес-процесів, використання CRM-систем, BI-інструментів, KPI та SOP. Розроблено методичне забезпечення оцінювання ефективності дистанційної роботи в сфері маркетингу. Дістала подальшого розвитку класифікація релокованих підприємств за критеріями часу релокації, масштабу переміщення, кількості персоналу, територіальної локалізації та цілей переміщення. Запропоновані підходи, моделі та методичні рекомендації можуть бути використані релокованими підприємствами для забезпечення безперервності маркетингової діяльності, підвищення ефективності управління, адаптації бізнес-процесів до кризових умов та формування стійких конкурентних переваг у цифровому середовищі. Наукові результати дисертаційної роботи використані в освітньому процесі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (довідка про впровадження №25/86-33-95/2 від 19.12.2025 р.) у ході підготовки магістрів та бакалаврів в Навчально-науковому інституті менеджменту і маркетингу за спеціальністю 075 «Маркетинг» в освітніх компонентах «Стратегічний маркетинг» та «Маркетинг»; організаційний підхід до адаптації релокованих підприємств на нових сегментах ринку отримав впровадження в діяльність ФОП "ШЕВЧЕНКО О.П." (довідка про впровадження № 1 від 25.09.2024 р.).

2. The work is devoted to the generalization and development of theoretical and methodological provisions and practical recommendations on the organization of remote work in the field of marketing during the relocation of enterprises. The relevance of the research topic is due to modern transformations of the economic environment, the activation of digitalization processes, the spread of the platform economy, as well as large-scale processes of relocation of Ukrainian enterprises under martial law. The first section of the dissertation explores the theoretical and legal principles of organizing remote work in the marketing activities of relocated enterprises. The systematization of scientific approaches to interpreting the essence of remote work is carried out, its place in the system of modern socio-economic relations is determined, and the role of digital technologies in ensuring the functioning of marketing processes is substantiated. It is established that remote work is the result of the development of information and communication technologies, changes in the employment structure, globalization of markets, and the need to ensure the continuity of enterprises' activities in conditions of crisis challenges. It is proven that for relocated enterprises, remote work is transformed from a temporary adaptation mechanism into a strategic tool for managing marketing activities. The second section of the dissertation analyzes the current state

of the organization of remote work in the field of marketing at relocated enterprises. The dynamics of relocation processes in Ukraine in 2021–2025 were studied. It was determined that the key factor in maintaining the activities of relocated enterprises was the digitalization of management and marketing processes. It was established that the highest level of adaptability to remote work conditions was demonstrated by enterprises in the field of digital services, marketing, IT and e-commerce, where the use of digital platforms, CRM systems and omnichannel communications ensured the maintenance of operational activities. The paper improves the theoretical and methodological approach to expanding communication channels of relocated enterprises, which, unlike existing ones, is based on an omnichannel approach, taking into account cultural and geographical features, and using TAM analysis to assess the effectiveness of digital interaction with consumers. The research also improved the analytical support for identifying threats to the organization of remote work in the field of marketing during the relocation of enterprises. The proposed approach is based on the use of expert analysis of external environmental factors and assessment of the impact of digital, organizational and communication risks on the effectiveness of marketing activities. In the third section, an organizational model of remote work of relocated enterprises in the field of marketing has been developed and methodological support for its implementation has been formed. An integrated HTOC (Human – Technology – Organization – Culture) framework has been proposed, which combines human, technological, organizational and socio-cultural components of remote work management. Unlike existing models, the proposed approach takes into account the specifics of the functioning of enterprises in relocation conditions, crisis factors of the external environment, the need for rapid adaptation of personnel and the need to maintain effective corporate interaction. It is substantiated that the effectiveness of remote work largely depends on the level of digital competencies of personnel, automation of business processes, the use of CRM systems, BI tools, KPI and SOP. Methodological support for assessing the effectiveness of remote work in the field of marketing has been developed. The classification of relocated enterprises was further developed according to the criteria of relocation time, scale of relocation, number of personnel, territorial localization and relocation goals. The proposed approaches, models and methodological recommendations can be used by relocated enterprises to ensure the continuity of marketing activities, increase management efficiency, adapt business processes to crisis conditions and form sustainable competitive advantages in the digital environment. The scientific results of the dissertation work were used in the educational process of the Simon Kuznets Kharkiv National Economic University (certificate of implementation No. 25/86-33-95/2 dated 12/19/2025) during the training of masters and bachelors at the Educational and Scientific Institute of Management and Marketing in the specialty 075 "Marketing" in the educational components «Strategic Marketing» and «Marketing»; the organizational approach to the adaptation of relocated enterprises in new market segments was implemented in the activities of the individual entrepreneur «SHEVCHENKO O.P.» (certificate of implementation No. 1 dated 09/25/2024).

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:

- Боденко А. І. Особливості формування каналів комунікації релокованих підприємств. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2024. № 4(40). С. 148-159. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4\(40\)-148-159](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4(40)-148-159) URL: <https://ppeu.stu.cn.ua/article/view/323172/313477>
- Боденко А. І. Форми та інструменти організації дистанційної роботи в сфері маркетингу підприємницької діяльності. Актуальні питання економічних наук. 2025. № 15. DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17127313> URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/781/774>

- Боденко А. І. Формування організаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2025. Том 2. № 9. DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(9\)-52S](https://doi.org/10.60022/2(9)-52S) URL: <https://journals.csr.com.ua/index.php/sustainability/uk/article/view/330/371>
- Боденко А. І. Особливості використання інструментарію організації дистанційної роботи в сфері маркетингу на релокованих підприємствах в сучасних умовах. Науковий вісник Полісся. 2025. № 2 (31). С. 199-210. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2025-2\(31\)-199-210](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2025-2(31)-199-210) URL: <https://nvp.stu.cn.ua/article/view/353510/340074>
- Гриневич Л. В., Боденко А. І. Особливості використання омніканального підходу до організації дистанційної роботи маркетингової діяльності релокованих підприємств. Причорноморські економічні студії. 2026. № 98. С.162-168. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.98-24> URL: <https://journals.iei.od.ua/index.php/bses/uk/article/view/158/133>
- Боденко А. І. Проблеми в організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємства. «Конкурентноспроможність та інновації: проблеми науки і практики»: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 24 листопада 2023 р.). С. 999-1003. URL: <https://ndc-ipr.org/publications/?page=3>
- Боденко А. І. Релокація підприємств: визначення особливостей. «Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє»: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 25 жовтня 2024 р.). С. 205-208. URL: https://mr.khmnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/35/zbirnyk-tez_ki_2024.pdf#page=206
- Боденко А. І. Формування каналів комунікації релокованих підприємств. «Present and future: priority areas of research in scientific and educational activities»: the VII International scientific and practical conference (Prague, Czech Republic February 17-19 2025). P. 37-40. URL: <https://eu-conf.com/wp-content/uploads/2024/12/PRESENT-AND-FUTURE-PRIORITY-AREAS-OF-RESEARCH-IN-SCIENTIFIC-AND-EDUCATIONAL-ACTIVITIES.pdf#page=38>

Наукова (науково-технічна) продукція: методи, теорії, гіпотези

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0124U004821

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гриневич Людмила Володимирівна

2. Liudmyla V. Hrynevych

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-4757-5106

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, Харків, Харківський р-н., 61166, 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. Гудзь Петро Васильович

2. Petro V. Gudz

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7604-549X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Запорізька політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02070849

Місцезнаходження: вул. Жуковського, Запоріжжя, Запорізький р-н., 69063, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Полякова Юлія Володимирівна

2. Yuliia V. Poliakova

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-8073-6186

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Львівський торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01597980

Місцезнаходження: вул. Туган-Барановського, Львів, 79005, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Укоопспілка

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ус Марина Ігорівна

2. Maryna I. Us

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-4849-0331

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний економічний університет імені
Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, Харків, Харківський р-н., 61166, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Небилиця Олена Анатоліївна

2. Olena A. Nebylytsia

Кваліфікація: к.е.н., доц., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-6627-1319

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний економічний університет імені
Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, Харків, Харківський р-н., 61166, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради

Гаврильченко Олена Володимирівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні

Гаврильченко Олена Володимирівна

Відповідальний за підготовку
облікових документів

Близнюк Т. П.

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна