

Рішення

разової спеціалізованої вченої ради про присудження ступеня доктора філософії

Здобувачка ступеня доктора філософії Недопако Наталія Миколаївна, 1976 року народження, громадянка України, освіта вища: закінчила у 2020 році з відзнакою магістратуру Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій за спеціальністю 075 «Маркетинг», аспірант Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій Міністерства освіти і науки України, (м. Київ), виконала акредитовану освітньо-наукову програму «Менеджмент».

Разова спеціалізована вчена рада, утворена наказом Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій від «22» липня 2024 року № 187, у складі:

Голови разової спеціалізованої вченої ради – Олена ГУДЗЬ, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій.

Рецензентів - Ольга ГУССВА, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій;

Альона ГОЛОБОРОДЬКО, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій.

Офіційних опонентів - Ірина КОВШОВА, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом, Національний університет «Києво-Могилянська академія»;

Руслан ДИМЕНКО, доктор економічних наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності Київський національний університет будівництва і архітектури.

на засіданні «29» серпня 2024 року прийняла рішення про присудження ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» Наталії НЕДОПАКО на підставі публічного захисту дисертації «Управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації» за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Дисертацію виконано в Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій Міністерства освіти і науки України (м. Київ).

Науковий керівник - Олена ВІНОГРАДОВА, доктор економічних наук, професор, Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, завідувач кафедри маркетингу.

Дисертацію подано у вигляді спеціально підготовленого рукопису з дотриманням вимог пункту 6 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року № 44 (зі змінами)).

Здобувачка має 28 наукових публікацій за темою дисертації, з них: 16 наукових статей, з яких: одна стаття – у виданні, проіндексованому у Scopus, 8 статей - у фахових наукових виданнях України категорії «Б», 12 матеріалів доповідей у збірниках міжнародних науково-практичних конференцій:

1. Larina Y., Zelisko I., Holitsyn A., Havrysh O., Yesmakhanova A., Nedopako N. (2024). Financial aspects of digital marketing ecosystems formation in the sphere of information and communication technologies. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3(56). С.490-505. <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/4339/4136> (Особистий внесок здобувача: обґрунтовано проблемні аспекти формування цифрового маркетингу).
2. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Недопако Н. М. (2024). Інтегрований системний підхід до управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". №5*. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-5-9944> (Особистий внесок здобувача: обґрунтовано елементи інтегрованого системного підходу до управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств та їхні взаємозв'язки).
3. Виноградова О.В., Недопако Н.М. (2021). Digital маркетинг: еволюція розвитку в Україні. *Економічний вісник НТУ України «КПІ»*. №18. С.103-108. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.240678> (Особистий внесок здобувача: доведено, що ефективність маркетингової діяльності підприємства напряму залежить від застосування комплексу інструментів digital-маркетингу).
4. Недопако Н.М. (2020). Інструменти цифрового маркетингу: теоретичний аспект. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. №2. С. 43-48. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2475>.

У дискусії взяли участь (голова, рецензенти, офіційні опоненти, інші присутні) та висловили зауваження:

ДИМЕНКО Р.А., доктор економічних наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності Київського національного університету будівництва і архітектури (офіційний опонент): Оцінка позитивна із зауваженнями:

- На рис. 2.3 – 2.4 представлені ключові проблеми телекомунікаційних підприємств в Україні та систематизація чинників впливу на розвиток телекомунікаційних підприємств у сучасних умовах. Доцільно було додати проблеми інфраструктурного та енергетичного характеру, які притаманні галузі телекомунікацій в сучасних умовах.
- Здобувачем розроблено науково-методичний підхід до проведення діагностики digital-архітектури у сучасній маркетинговій діяльності підприємства Тому варто було б надати авторське тлумачення поняття «digital-архітектура». Бачите, це була б третя дефініція в роботі.
- На рис 1.11. представлено концептуальну схему управління маркетинговою діяльністю підприємства. Доцільно б було додати блок планування перед розробкою та реалізацією маркетингової стратегії.

- І на останнє, автор визначає уточнення поняття «концепція управління маркетинговою діяльністю підприємства», хоча в попередній дефініції вона не наводиться.

Проте, сказані зауваження не впливають на остаточну думку щодо роботи і мій висновок, що дисертаційне дослідження Недопако Н.М. виконано одноосібно та відповідає вимогам, а її автор заслуговує на присудження звання доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент».

КОВШОВА І.О., доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія (офіційний опонент). Оцінка позитивна із зауваженнями:

- Дисертація надзвичайно цікава, багато нового, багато удосконалено. І тому мене здивувало, що в роботі вставлені пункти «удосконалено» і «дістало подальшого розвитку». На мою думку, вважаючи яка це робота, я б виділила, хоча б одно «вперше». Це моє побажання.

- Також, враховуючи, що дослідження проводилося в останні роки в умовах Covid-19 та війни в Україні доцільно було б оцінити вплив саме цих чинників і проаналізувати наших і закордонних практиків.

- Ще я б хотіла звернути увагу, що мені не вистачило математичної моделі з виявлення впливу AI-маркетингу на розвиток маркетингової діяльності телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. Чому я саме питала про це.? Тому що у вас є все підґрунтя для цього, але не вистачило завершеності математичної моделі.

Я ретельно проаналізувала зміст дисертації, ознайомила з вашими почесними здобутками в науці і скажу, що робота є самостійною, завершеною, оригінальною, науковою працею, яка виконана на високому теоретичному, методологічному та практичному рівнях. І буду рекомендувати Вас на звання доктора філософії зі спеціальності 073 «Менеджмент».

ГУСЄВА О.Ю., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету * інформаційно-комунікаційних технологій (рецензент). Оцінка позитивна, без зауважень.

Все обґрунтовано, завершено і завдання, які поставлені в роботі, реалізовані і мають обґрунтовані висновки. Дискусійні моменти були в роботі відображені в рецензії, в цілому я вважаю, що Наталія Миколаївна заслуговує на присудження звання доктора філософії і буду підтримувати теж.

ГОЛОБОРОДЬКО А.Ю., доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій (рецензент). Оцінка позитивна, без зауважень.

Я підтримую здобувача, буду голосувати за. В цілому робота відповідає всім зазначеним вимогам, тому недопалки Н.М. Заслуговує присудження ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 «Менеджмент».

ГУДЗЬ О.Ю. доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій (голова ради). Оцінка позитивна із зауваженнями:

– Звичайно, досліджено п'ять великих підприємств, але було б дуже цікаво побачити наслідки диджиталізації у середніх і малих підприємствах.

– І ще, було б цікаво, якби був прогноз – а куди нас штучний інтелект заведе? Було б дуже цікаво, але це побажання на майбутнє.

В цілому, робота зроблена, вона цікава, оригінальна, в ній багато своїх думок звучало і описано, обґрунтовано, мотивовано. Тому я буду підтримувати здобувача, підтримувати цю роботу.

Результати відкритого голосування:

«За» **5 (п'ять)** членів ради,

«Проти» **немає** членів ради,

На підставі результатів відкритого голосування разова спеціалізована вчена рада присуджує Недопако Наталії Миколаївні ступінь доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Відеозапис трансляції захисту дисертації додається.

Голова разової спеціалізованої вченої ради

Олена ГУДЗЬ



**Директор департаменту
атестації кадрів вищої кваліфікації**

Світлана КРИШТОФ