

професор кафедри економіки і підприємництва, д.е.н., професор Хаврова К.С.;
завідувачу відділу аспірантури та докторантури, к.е.н. доцент Поканевич Ю.В.;
завідувач кафедри маркетингу, д.е.н., професор Виноградова О.В.;
професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор Сьомкіна Т.В.;
доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент Ромащенко О.С.

Всього присутніх – 23 особи.

Серед присутніх 13 докторів економічних наук, 7 кандидатів економічних наук.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

Обговорення дисертаційної роботи здобувача наукового ступеня доктора філософії кафедри менеджменту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій СНІТКА Артема Сергійовича на тему: «Система стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 Менеджмент з галузі знань 07 Управління та адміністрування.

За результатами проведеного наукового фахового семінару:

УХВАЛИЛИ:

1. Затвердити висновок про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації СНІТКА Артема Сергійовича на тему: «Система стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі», яка представлена на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 Менеджмент, галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

2. Рекомендувати дисертацію СНІТКА Артема Сергійовича на тему: «Система стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі» до публічного захисту у разовій спеціалізованій вченій раді зі спеціальності 073 Менеджмент, галузі знань 07 Управління та адміністрування після її утворення рішенням Вченої ради Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій та введення в дію відповідного наказу.

3. Відповідно до п. 15 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого постановою КМУ від 12.01.2022 р. № 44 (зі змінами та доповненнями), структурний підрозділ, на засіданні якого здійснювалася публічна презентація здобувачем

наукових результатів дисертації, подає вченій раді закладу пропозиції щодо кандидатур до складу разової ради.

Вченій раді Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій пропонується до розгляду наступний склад разової спеціалізованої вченої ради:

Голова ради: доктор економічних наук, професор ЗЕЛІСКО Інна Михайлівна, професор кафедри менеджменту Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій.

Рецензент:

доктор економічних наук, професор ГУСЄВА Ольга Юріївна, професор кафедри менеджменту Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій;

доктор економічних наук, професор ЛЕГОМІНОВА Світлана Володимирівна, завідувачка кафедри управління кібербезпекою та захистом інформації Навчально-наукового інституту кібербезпеки та захисту інформації Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій.

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор КОВШОВА Ірина Олегівна, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія»;

доктор економічних наук, професор, ОХРИМЕНКО Ігор Віталійович, професор кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Київського кооперативного інституту бізнесу і права.

Результати голосування щодо затвердження ухвалених рішень:

«За» – 23.

«Проти» – немає.

«Утримались» – немає.

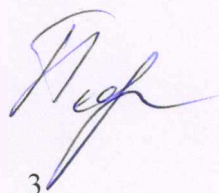
Рішення прийнято одногосно.

Головуючий на засіданні,
професор кафедри менеджменту,
д.е.н., професор



Петро СТЕЦЮК

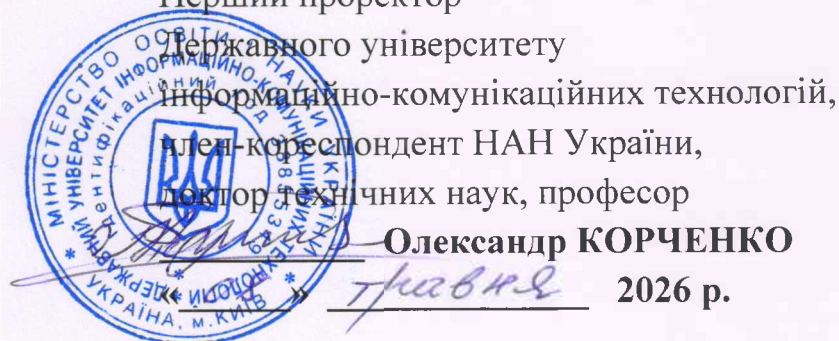
Секретар
к.е.н., доцент



Людмила ПАРІЙ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Перший проректор



Державного університету
інформаційно-комунікаційних технологій,
апен-кореспондент НАН України,
доктор технічних наук, професор

Олександр КОРЧЕНКО

Корченко 2026 р.

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації

Снітка Артема Сергійовича на тему: «Система стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі», яка представлена на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 «Менеджмент», галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Публічна презентація наукових результатів дисертації Снітка Артема Сергійовича на тему: «Система стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі» та її обговорення відбулись 7 травня 2026 року на розширеному засіданні кафедри менеджменту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій (протокол № 22).

За результатами проведеної презентації, її обговорення та наукової дискусії щодо дисертаційного дослідження, експерти у складі: д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту Гусева О.Ю. і д.е.н., проф., завідувачка кафедри управління кібербезпекою та захистом інформації Легомінова С.В., та присутні на засіданні дійшли наступних висновків:

1. Науковий рівень дисертації відповідає діючим вимогам до атестації здобувачів наукового ступеня доктора філософії, а саме Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого Постановою КМУ від 12.01.2022 р. № 44 (зі змінами та доповненнями) в частині пунктів 6 і 7.

Дисертація подана до захисту у вигляді спеціально підготовленого рукопису, виконана українською мовою, є кваліфікаційною науковою працею, характеризується єдністю змісту, має встановлену вимогами структуру та

містить нові науково обґрунтовані результати проведених здобувачем досліджень, які виконують конкретне наукове завдання, що має істотне значення для галузі знань «Управління та адміністрування».

2. Актуальність теми.

Сучасний етап розвитку економіки характеризується активною цифровізацією та стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, що суттєво трансформує умови функціонування підприємств. Діяльність суб'єктів господарювання дедалі більше здійснюється в інтернет-середовищі, яке вирізняється високою конкуренцією, швидкими змінами ринкових умов та зростанням значення цифрових каналів взаємодії зі споживачами. У таких умовах інтернет-середовище стає не лише інструментом реалізації товарів і послуг, а й важливим елементом стратегічного розвитку підприємства та формування його конкурентних переваг.

Розвиток електронної комерції, цифрових платформ, автоматизації бізнес-процесів і технологій штучного інтелекту зумовлює потребу в удосконаленні традиційних підходів до стратегічного управління підприємствами. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває формування системи стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі, яка забезпечує інтеграцію цифрових технологій, маркетингових інструментів і сучасних управлінських рішень для підвищення ефективності діяльності, конкурентоспроможності та стійкості підприємств у умовах цифрової економіки.

3. Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційна робота виконана згідно з планом наукових досліджень Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій. Основу дисертації становлять теоретико-методичні і практичні розробки, що є частиною науково-дослідних робіт:

«Науково-методичні засади впровадження інноваційних технологій у маркетингову діяльність» (реєстраційний номер 0120U101141), в рамках якої обґрунтовано напрями використання цифрових інструментів для підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифрової трансформації економіки;

«Створення каталогу категорій товарів і послуг для подальшого таргетування медійної і нативної реклами на інтереси Інтернет користувачів» (реєстраційний номер 0120U101138), у межах якої обґрунтовано підходи до використання інструментів цифрового таргетування в системі стратегічного управління діяльністю підприємств;

«Розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності банерної мережі» (реєстраційний номер 0121U114115), в рамках якої досліджено інструменти

цифрових рекламних комунікацій у системі стратегічного управління діяльністю підприємств в інтернет-середовищі;

«Розробка науково-методичних рекомендацій з формування маркетингової стратегії підприємства в умовах диджиталізації» (реєстраційний номер 0125U002855), в рамках якої автором обґрунтовано теоретико-методичні засади формування системи стратегічного управління діяльністю підприємств в інтернет-середовищі.

Результати наукових досліджень відображені у відповідних розділах наукових звітів, підготовлених здобувачем особисто.

4. Наукова новизна одержаних результатів.

Результати досліджень дисертанта мають наукову новизну та полягають у формуванні теоретико-методологічних засад вдосконалення системи стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі, а саме:

Вперше

- обґрунтовано концептуальний підхід до формування адаптивної системи стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі, ключовою особливістю якого є інтеграція принципів конвергенції та ітеративності у межах авторської архітектури даної системи, що об'єднує п'ять функціональних підсистем (аналітичну, стратегічну, операційну, інформаційно-технологічну та контрольну), що забезпечує синхронізацію стратегічних цілей з динамічними можливостями цифрових платформ та мережевими ефектами ринку.

Удосконалено:

- методичний підхід до оцінювання ефективності використання інтернет-інструментів підприємств, який, на відміну від існуючих, базується на тривекторній діагностиці (економічного, технологічного та сервісно-клієнтського спрямування), та передбачає комплексне оцінювання цифрових активів через систему взаємопов'язаних індикаторів багатофакторної інтегральної моделі (результативності цифрових доходів, рівня автоматизації, інтенсивності використання сервісів, економії витрат, якості обслуговування та технологічної зрілості), що дозволяє забезпечити комплексне оцінювання рівня цифрової ефективності підприємства;

- механізм визначення стратегічних пріоритетів цифровізації підприємств, який, на відміну від існуючих підходів, базується на багатовимірній типізації функціональних профілів результативності (маркетингової стійкості, інвестиційної ефективності та цифрової залученості), що дозволяє перейти від лінійного рейтингування до багатоваріантного стратегічного позиціонування суб'єктів ринку в матричному просторі оціночних параметрів та забезпечує наукове обґрунтування

вибору цільових орієнтирів розвитку цифрових активів залежно від рівня їхньої економічної, технологічної та сервісно-клієнтської спроможності;

- методичний підхід до вдосконалення системи стратегічного управління підприємством в інтернет-середовищі, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на багатовекторній структуризації детермінант інтернет-середовища, інтеграції системи принципів та комплексу організаційних, інформаційних і маркетингових інструментів його реалізації, передбачає поетапну трансформацію внутрішнього потенціалу (від діагностики до впровадження цифрової стратегії), що забезпечує довгострокову стійкість цифрового розвитку підприємства;

- механізм формування стратегічних управлінських рішень щодо розвитку підприємства в інтернет-середовищі, який, на відміну від існуючих, передбачає врахування впливу факторів цифрового середовища, синергію інформаційних потоків, аналітичних даних і цифрових технологій на принципах системності, інтегрованості, гнучкості, цифровізації, ризик-орієнтованості та безперервності управління, що забезпечує узгодженість стратегічних цілей підприємства з його ресурсними можливостями, рівнем цифровізації та умовами функціонування у цифровому середовищі;

- науково-методичне підґрунтя моніторингу результативності системи стратегічного управління, яке, на відміну від існуючих підходів, базується на розробленій архітектоніці моделі ESIMS, акумулює комплексний аналіз економічних, стратегічних, інформаційних, маркетингових і соціальних індикаторів цифрової діяльності й релевантне специфіки інтернет-середовища, що дозволяє оптимізувати розподіл ресурсів у системі управління цифровими трансформаціями підприємства та створює методичну основу превентивного коригування стратегічної траєкторії;

Дістало подальший розвиток:

- структурно-функціональна модель взаємодії підприємства з інтернет-середовищем, яка, на відміну від існуючих, передбачає розмежування сфер впливу (ресурси, ризики) та взаємодії (репутація, комерція, присутність), що дозволяє оптимізувати стратегічну реакцію організації на зміни цифрової кон'юнктури;

- система показників оцінювання цифровізації діяльності підприємств, яка, на відміну від традиційних підходів, базується на поєднанні глобальних індексів цифрового розвитку (DESI, NRI, GII) із галузевими параметрами проникнення інтернет-технологій. Це дозволило типізувати сучасні тенденції розвитку інтернет-середовища та ідентифікувати специфічні для телекомунікаційної галузі стратегічні розриви між технологічним потенціалом і фактичним рівнем використання цифрових активів у діяльності вітчизняних підприємств;

- науково-теоретичне підґрунтя стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі на засадах інтеграції платформного, екосистемного та децизійного підходів, а саме:

- побудовано концептуальний контур, який базується на ідеї стратегічної конвергенції п'яти фундаментальних управлінських парадигм, що дозволяє адаптувати класичний управлінський цикл до специфічних умов цифрової економіки та визначити змістовне наповнення системи стратегічного управління підприємством в інтернет-середовищі;

- уточнено дефініції «стратегічне управління» (як адаптивний інтегрований управлінський процес, який базується на динамічному стратегічному аналізі, плануванні, реалізації та моніторингу стратегій розвитку підприємства, спрямований на гнучке узгодження його внутрішнього потенціалу з викликами мінливого зовнішнього середовища задля забезпечення стійких конкурентних переваг та досягнення довгострокових соціально-економічних результатів) та «стратегічне управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі» (як процес формування та реалізації адаптивних стратегічних рішень, що ґрунтуються на гнучкому використанні ресурсного, зокрема цифрового, потенціалу та спрямовані на досягнення цільових соціально-економічних результатів у динамічному інтернет-середовищі), що дозволило сформулювати теоретичне підґрунтя для інтеграції цифрового потенціалу компанії у загальну бізнес-стратегію та вдосконалення системи стратегічного управління підприємствами в інтернет-середовищі;

- поглиблено зміст функцій стратегічного управління підприємством за рахунок обґрунтування їх прогностичних, інноваційних та регулюючих компонентів, що дало змогу перейти від реактивної моделі управління до випереджувальної та сформулювати цілісний контур адаптивного менеджменту;

- запропоновано структурно-логічну схему стратегічного процесу, ключовою відмінністю якої є обов'язкове оцінювання рівня цифрової зрілості підприємства, що забезпечує безперервність управлінського циклу та підвищує здатність підприємства до стратегічної трансформації в умовах динамічних змін цифрової економіки.

5. Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Використання результатів роботи.

Теоретичне значення отриманих результатів полягає в модернізації теоретико-методичного підґрунтя стратегічного менеджменту в умовах цифрової економіки, а саме: наукову цінність має вперше обґрунтований концептуальний підхід до формування адаптивної системи стратегічного управління на засадах конвергенції та ітеративності; категоріальний апарат збагачено авторським уточненням сутності дефініцій «стратегічне управління» та «стратегічне управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі» та концептом стратегічної конвергенції п'яти управлінських парадигм,

поглибленням змісту функцій й структурно-функціональною моделлю взаємодії підприємства з інтернет-простором.

Важливу практичну цінність мають запропоновані: архітектоніка комплексної моделі ESIMS та її науково-методичне підґрунтя моніторингу, яке дозволяє оптимізувати розподіл ресурсів і здійснювати превентивне коригування стратегічної траєкторії; тривекторна модель оцінювання цифрової ефективності та матричний механізм типізації функціональних профілів. Практичну дієвість підтверджено розробленням покрокового алгоритму формування рішень на принципах ризик-орієнтованості та інтеграцією глобальних цифрових індексів (DESI, NRI, GII) для ідентифікації стратегічних розривів підприємств.

Практичне значення отриманих результатів полягає в розробленні прикладного інструментарію та механізмів, безпосередньо впроваджених у діяльність компаній для забезпечення їхнього цифрового розвитку. Основні результати дослідження, що мають прикладний характер, застосовуються у практичній діяльності таких суб'єктів господарювання: *ТОВ «ФОРКС»* (довідка № 1277/2025 від 10.03.2026 р.), зокрема, впроваджено методичний інструментарій, що дозволив підвищити якість стратегічного планування діяльності підприємства в інтернет-середовищі та удосконалити підхід до оцінювання ефективності маркетингової та комунікаційної активності підприємства в мережі Інтернет; *ТОВ «Костракин Машинері»* (довідка № 112-03-2026 від 17.03.2026 р.), де знайшла практичне застосування концептуальна модель стратегічного управління в інтернет-середовищі, що дозволило інтегрувати принципи системності, адаптивності та орієнтації на дані для формування стратегії цифрової присутності компанії; *ТОВ «Компресорс Інтернешнл»* (довідка № 14/22-2026 від 22.04.2026 р.) використано прикладні результати дослідження для інформаційно-аналітичного забезпечення процесів формування, реалізації та коригування стратегічних управлінських рішень; *ТОВ «Комтел»* (довідка № 134-2026 від 24.04.2026 р.), в формі методичного забезпечення процесів стратегічного контролю, моніторингу результативності та коригування стратегічних управлінських рішень в інтернет-середовищі.

Матеріали проведених наукових досліджень використовуються у навчальному процесі Державного університету інформаційно комунікаційних технологій: концептуальний підхід до формування адаптивної системи стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі під час проведення занять з дисциплін «Стратегічне управління», «Стратегічний маркетинг»; методичний підхід до оцінювання ефективності використання інтернет-інструментів підприємств на основі тривекторної діагностики економічних, технологічних та сервісно-клієнтських показників під час проведення занять з дисципліни «Інтернет-маркетинг», «Електронний бізнес»; науково-

методичне підґрунтя моніторингу результативності системи стратегічного управління на основі моделі ESIMS для комплексного оцінювання цифрової ефективності підприємств під час проведення занять з дисципліни «Оцінка ефективності маркетингових рішень», «Маркетингові чинники результативності бізнесу».

6. Особиста участь автора в одержанні наукових та практичних результатів, що викладені в дисертаційній роботі.

Дисертаційне дослідження є самостійною науковою роботою, всі результати якого одержані безпосередньо автором і знайшли відображення основних теоретичних й практичних напрацювань в наукових публікаціях.

У роботах, виконаних у співавторстві [1-4, 5-8], особистий внесок здобувача полягає в: обґрунтуванні важливості performance-концепції для стратегії оптимізації фінансового розвитку компанії в умовах цифровізації [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**]; розробці методичного підходу до інтегрального оцінювання ефективності використання інтернет-інструментів, який базується на системі взаємопов'язаних економічних, технологічних і клієнтських показників цифрової діяльності підприємства [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**]; обґрунтуванні теоретичних засад стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі та формуванні підходів до інтеграції цифрових інструментів у систему стратегічного управління підприємством [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**]; розробці підходів до вдосконалення системи стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**]; визначенні системи показників оцінювання ефективності цифрової маркетингової діяльності та обґрунтуванні їх ролі у формуванні стратегічних управлінських рішень [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**]; визначенні ключових критеріїв результативності маркетингових рішень та розробці підходу до їх використання в системі стратегічного управління підприємством [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**]; обґрунтуванні моделі управління розвитком торговельної мережі, яка забезпечує узгодження управлінських рішень у цифровому просторі [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**].

Основні положення дисертаційної роботи, наукові результати, висновки, пропозиції та рекомендації, які виносяться на захист, опубліковані у вітчизняних фахових наукових виданнях та періодичному індексованому в Scopus/WoS виданні.

Отримані результати є достовірними та обґрунтованими, що зумовлено використанням дисертантом широкого спектра сучасних методів дослідження, глибоким теоретичним опрацюванням 160 наукових праць українських і

зарубіжних вчених за обраним напрямом та системним аналізом значного обсягу емпіричних і статистичних даних із офіційних національних та міжнародних інформаційних ресурсів.

Дисертаційна робота характеризується єдністю змісту, структури, наповнення та відповідає вимогам Міністерства освіти і науки України (Наказ від 12.01.2017 р. № 40) щодо її оформлення. Стиль викладення в дисертації результатів дослідження, сформульованих наукових положень, висновків і практичних рекомендацій характеризується високим рівнем аргументованості, системністю та доступністю для сприйняття. Дисертаційне дослідження повністю відповідає обраній темі, розкриває її проблематику та підтверджує вирішення всіх поставлених у роботі завдань.

7. Перелік публікацій за темою дисертації.

Відповідно до вимог пунктів 8 і 9 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого Постановою КМУ від 12.01.2022 р. № 44 (зі змінами та доповненнями), опубліковані наукові результати дисертації та їх апробація є достатніми і повною мірою відображають основні положення та висновки роботи. Основні результати дисертаційної роботи опубліковані в 20 наукових працях (1 стаття в іноземному періодичному індексованому в Scopus/WoS виданні; 7 статей у наукових фахових виданнях України; 12 тез доповідей за матеріалами наукових конференцій). Загальний обсяг публікацій становить 9,88 д.а., з яких особисто автору належить 3,37 д.а).

Список опублікованих праць здобувача за темою дисертації:

Стаття у виданні, проіндексованому у Scopus:

1. Виноградова О., Дименко О., Ігнатенко О., Совершенна І., Дарчук В., Снітко А. (2024). Ensuring the financial stability of the enterprise with performance marketing tools. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3(56). С. 518-532 URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/4359> (*Особистий внесок здобувача: обґрунтовано важливість performance-концепції для стратегії оптимізації фінансового розвитку компанії в умовах цифровізації*).

Статті у виданнях України, які включено до міжнародних наукометричних баз (Index Copernicus):

2. Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А. (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. *Економіка та*

суспільство, Вип. 85. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/> (Особистий внесок здобувача: запропоновано методичний підхід до інтегрального оцінювання ефективності використання інтернет-інструментів, який базується на системі взаємопов'язаних економічних, технологічних і клієнтських показників цифрової діяльності підприємства)

3. Ромащенко О. С., Кондрашов О. А., Снітко А. С. (2026). Інтернет-середовище як інтегрована цифрова система. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". № 2.* URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2026-2-11996> (Особистий внесок здобувача: обґрунтовано теоретичні засади стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі та сформовано підходи до інтеграції цифрових інструментів у систему стратегічного управління підприємством).

4. Виноградова, О., Сьомкіна, Т., Воскобоева, О., Ромащенко, О., & Снітко, А. (2026). Вдосконалення системи стратегічного управління підприємством в інтернет-середовищі. *Актуальні питання економічних наук*, (20). URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/1142> (Особистий внесок здобувача: розроблено підходи до вдосконалення системи стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі).

5. Снітко А.С. (2026). Концептуальна модель стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі. *Економіка та суспільство*, Вип. 83. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7388>

6. Ромащенко О. С., Воскобоева О. В., Снітко А. С. (2025). Оцінка результативності інтернет-маркетингу як індикатор стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. праць.* № 3 – 4. URL: <https://ir.nasoa.edu.ua/handle/123456789/2049> (Особистий внесок здобувача: визначено систему показників оцінювання ефективності цифрової маркетингової діяльності та обґрунтовано їх роль у формуванні стратегічних управлінських рішень).

7. Ромащенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025). Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. *Бізнес Інформ.* №1. URL: <https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=202510471479> (Особистий внесок здобувача: визначено ключові критерії результативності маркетингових рішень та запропоновано підхід до їх використання в системі стратегічного управління підприємством).

8. Somkina T., Darchuk V., Snitko A., Sinchevsky S. (2025). Marketing and communication platform as an element of the retail network development management model in the context of product diversification. *Internauka*, № 1. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-1-10608> (Особистий внесок здобувача:

обґрунтовано модель управління розвитком торговельної мережі, яка забезпечує узгодження управлінських рішень у цифровому просторі).

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

9. Снітко А. С. (2026). Інтернет-середовище як фактор трансформації управлінських і ринкових процесів. *Матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка в умовах викликів та нової архітектури міжнародних відносин»* (м. Ужгород, 20–21 лютого 2026 року) Львів-Торунь : Liha-Pres. С.170-174.

10. Ромащенко О.С., Снітко А.С. (2025) SEO як сучасний інструмент інтернет-маркетингу: стратегічне значення для бізнесу. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції "Синергія інновацій: політика, економіка та менеджмент в цифровому світі"* (м. Київ, 18.04.2025 року) ДУІКТ. Київ.

11. Снітко А.С., Манжос П.В. (2025) Інноваційні технології в івент-менеджменті: вплив цифровізації на організацію заходів. *Матеріали VII Науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»* (м.Київ, 12.06. 2025 року). ДУІКТ. С. 98-100.

12. Снітко А.С., Філоненко О.В. (2025) Формування системи товарних стратегій в діяльності підприємства. *Матеріали VII Науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»* (м.Київ, 12.06. 2025 року). ДУІКТ. С. 278-280.

13. Снітко А.С., Гутник В.І. (2025) Маркетингова діяльність підприємства в умовах діджиталізації. *Матеріали VII Науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»* (м.Київ, 12.06. 2025 року). ДУІКТ. С. 94-97.

14. Ромащенко О.С., Снітко А.С., Кобюк Д.А. (2025) Інструменти цифрового маркетингу як основа побудови конкурентної стратегії підприємства. *Матеріали VII Науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»* (м. Київ, 12.06. 2025 року). ДУІКТ. С.84-86.

15. Снітко А.С., Макаренко Д. Ю. (2024) Вплив штучного інтелекту на автоматизацію інтернет-маркетингових кампаній. *Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих учених «Дорожня карта інформаційно-телекомунікаційної галузі України»* (м. Київ 28 листопада 2024 року), ДУІКТ. Київ. С. 127-130.

16. Виноградова О. В., Ігнатенко О. В., Снітко А. С. (2023). Інноваційні маркетингові digital-технології в туризмі. *Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика»* (м. Львів, 23-24 листопада 2023 року). ЛТЕУ. С.181-183.

17. Ромашенко О.С., Снітко А.С., Огієнко М.В. (2023). Особливості маркетингу послуг. *Матеріали V Науково-практичну інтернет-конференцію «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»* (м. Київ, 9 червня 2023 року). ДУТ. Київ. С. 52-54

18. Дарчук В.Г., Снітко А.С., Єфанов О.О. (2023). Особливості формування споживчої лояльності у сфері торгівлі. *Матеріали V Науково-практичну інтернет-конференцію «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»* (м. Київ, 9 червня 2023 року) ДУТ. Київ. С. 35-37

19. Іртлач М.О., Снітко А.С., Черкас С.М. (2023). Роль діджитал-технологій у сучасному маркетингу. *Матеріали VII Науково-практичну інтернет-конференцію «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»* (м. Київ, 9 червня 2023 року). ДУТ. Київ. С.6-9.

20. Іртлач М.О., Снітко А.С., Козаченко А.О. (2023). Digital-стратегія як частина маркетингової стратегії компанії. *Матеріали VII Науково-практичну інтернет-конференцію «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»* (м. Київ, 9 червня 2023 року). ДУТ. Київ. С.20-23.

8. Академічна доброчесність.

Аналіз дисертаційної роботи встановив відсутність ознак академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації. Дисертаційна робота виконана з дотриманням усіх вимог академічної доброчесності, що підтверджено результатами перевірки спеціальними програмними засобами Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій. Усі використані ідеї, наукові результати та текстові фрагменти інших авторів мають належні посилання на відповідні першоджерела.

9. Загальний висновок.

Дисертаційна робота Снітка Артема Сергійовича на тему: «Система стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі», яка подана на здобуття ступеня доктора філософії, за своїм науковим рівнем та практичною цінністю, змістом та оформленням повністю відповідає вимогам пп. 5, 6, 7, 8, 9 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого Постановою КМУ від 12.01.2022 р. № 44 (зі змінами та доповненнями) та напрямкам наукових досліджень освітньо-наукової програми «Менеджмент» Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій зі спеціальності 073 Менеджмент, галузі знань 07 Управління та адміністрування.

10. Рішенням розширеного засідання кафедри менеджменту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій від 07.05.2026 р., протокол № 22,

УХВАЛИЛИ:

10.1. Затвердити Висновок про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації Снітка Артема Сергійовича на тему: «Система стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі», яка представлена на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 Менеджмент, галузі знань 07 Управління та адміністрування.

10.2. Рекомендувати дисертацію Снітка Артема Сергійовича на тему: «Система стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі» до публічного захисту у разовій спеціалізованій вченій раді зі спеціальності 073 Менеджмент, галузі знань 07 Управління та адміністрування після її утворення рішенням Вченої ради Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій та введення в дію відповідного наказу.

Експерт за дисертацією,
професор кафедри менеджменту,
д.е.н., професор

Ольга ГУССЕВА

Експерт за дисертацією,
завідувачка кафедри управління
кібербезпекою та захистом інформації
д.е.н., професор

Світлана ЛЕГОМІНОВА

Головуючий на засіданні,
професор кафедри менеджменту,
д.е.н., професор

Петро СТЕЦІОК