

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

**Державний обліковий номер:** 0825U000954

**Особливі позначки:** відкрита

**Дата реєстрації:** 20-03-2025

**Статус:** Запланована

**Реквізити наказу МОН / наказу закладу:**



## II. Відомості про здобувача

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Асамоах-Черемех Джошуа ..
2. Joshua Asamoah-Kyeremeh

**Кваліфікація:**

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**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:**

**Спеціальність за освітою:** Бізнес адміністрування

**Місце роботи здобувача:**

**Код за ЄДРПОУ:**

**Місцезнаходження:**

**Форма власності:**

**Сфера управління:**

**Ідентифікатор ROR:** Не застосовується

**Сектор науки:** Не застосовується

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

**Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради):** PhD 8117

**Повне найменування юридичної особи:** Хмельницький національний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02071234

**Місцезнаходження:** вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

**Форма власності:** Державна

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

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

### **IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію**

**Повне найменування юридичної особи:** Хмельницький національний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02071234

**Місцезнаходження:** вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

**Форма власності:** Державна

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

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

### **V. Відомості про дисертацію**

**Мова дисертації:** Українська

**Коди тематичних рубрик:** 06.81.03, 06.92

**Тема дисертації:**

1. Маркетингові інструменти забезпечення економічної безпеки підприємства
2. Marketing tools for ensuring the economic security of the enterprise

**Реферат:**

1. Асамоах-Черемех Джошуа. Маркетингові інструменти забезпечення економічної безпеки підприємства. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 – Маркетинг. – Хмельницький національний університет, Хмельницький, 2025. Дисертацію присвячено розробці теоретичних положень та науково-методичних підходів щодо використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємств. У першому розділі «Теоретичні основи використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємства» визначено місце і роль маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємств, представлено основні підходи до трактування економічної безпеки, сформовано маркетинговий підхід до ідентифікації загроз функціонування підприємства. У другому розділі роботи

«Аналіз маркетингової складової забезпечення економічної безпеки промислових підприємств» проведено детальний аналіз середовища функціонування підприємств легкої промисловості з позиції маркетингового підходу на макрорівні, а також аналіз маркетингової складової забезпечення економічної безпеки досліджуваних підприємств. Розроблено науково-методичний підхід до оцінювання впливу інструментів маркетингу на економічну безпеку підприємства. Розроблено та апробовано науково-методичний підхід з оцінювання рівня готовності підприємств до впровадження маркетингових інструментів, який передбачає три основні етапи: проведення суб'єктивної оцінки, яка реалізується на підставі експертного опитування; проведення об'єктивної оцінки, яка базується на використанні статистичних методів; інтерпретація отриманих результатів, що реалізується за допомогою побудови сітки, яка дозволяє визначити рівень готовності підприємств до впровадження маркетингових інструментів, і відображає залежність між об'єктивною та суб'єктивною складовими. У результаті використання запропонованого підходу менеджмент підприємств отримує інформацію про ступінь готовності підприємства до впровадження маркетингового інструментарію і подальшого удосконалення маркетингової складової його діяльності за рахунок розробки і впровадження відповідних механізмів та моделей. У третьому розділі «Використання маркетингових інструментів у забезпеченні економічної безпеки підприємства» розроблено механізм забезпечення економічної безпеки підприємств легкої промисловості на основі використання маркетингових інструментів. Визначено місце та роль маркетингових інструментів у формуванні моделі забезпечення економічної безпеки підприємства та проведено апробацію такої моделі на підприємствах легкої промисловості. Обґрунтовано формування нових трендів у розумінні сутності маркетингу, як концепції проактивного управління і забезпечення економічної безпеки підприємства за рахунок використання сучасних маркетингових інструментів та забезпечення зниження цінової еластичності продукції, що робить підприємство менш вразливим до дій конкурентів та забезпечує стійкість до негативного впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. На основі використання маркетингових інструментів побудовано структурно-логічну модель механізму забезпечення економічної безпеки підприємств легкої промисловості, яка дозволяє підвищити стійкість, конкурентоспроможність та є передумовою стабільного їх розвитку за рахунок зниження ризиків, мінімізації загроз і ефективного використання маркетингових інструментів для адаптації до змін ринкової кон'юнктури. Основною особливістю розробленого механізму є врахування B2B та B2C моделей взаємодії з клієнтами у процесі забезпечення економічної безпеки підприємства, що сприяє ідентифікації потреб різних сегментів ринку за рахунок чого створюються передумови формування стратегій адаптації та збереження клієнтської бази в умовах загальної дестабілізації економічних процесів. Розроблено модель забезпечення економічної безпеки підприємства, яка дозволяє знайти оптимальний набір маркетингових інструментів з урахуванням цінової політики та актуальних факторів негативного впливу на його діяльність, а саме: наявність форс-мажорних обставин; дефіцит ресурсів; падіння платоспроможного попиту; наявність «сірого імпорту»; негативний інституційний вплив. Розроблена модель пройшла апробацію на вітчизняних підприємствах легкої промисловості.

2. Asamoah-Kyeremeh Joshua. Marketing tools for ensuring the economic security of the enterprise. – Qualification scientific work on the rights of the manuscript. Dissertation for obtaining the degree of Doctor of Philosophy in speciality 075 – Marketing. – Khmelnytskyi National University, Khmelnytskyi, 2025. The dissertation is devoted to the development of theoretical provisions and scientific and methodological approaches to the use of marketing tools in ensuring the economic security of enterprises. The first section «Theoretical Foundations of the Use of Marketing Tools in Ensuring the Economic Security of an Enterprise» defines the place and role of marketing tools in ensuring the economic security of enterprises, presents the main approaches to interpreting economic security, and forms a marketing approach to identifying threats to the functioning of an enterprise. In the second section of the paper «Analysis of the Marketing Component State to Ensure the Economic Security of Industrial Enterprises» a detailed analysis of the operating environment of light industry enterprises from the perspective of the marketing approach at the macro level, as well as an analysis of the marketing component of ensuring the economic security of the enterprises under study, has been carried out. A scientific and methodological approach to assessing the impact of marketing tools on the economic security of an enterprise has

been developed. A scientific and methodological approach to assessing the level of readiness of enterprises to implement marketing tools has been developed and tested, which involves three main stages: conducting a subjective assessment, which is implemented on the basis of an expert survey; conducting an objective assessment, which is based on the use of statistical methods; interpreting the results obtained, which is implemented by building a grid that allows determining the level of readiness of enterprises to implement marketing tools and reflects the dependence between the objective and subjective components. As a result of using the proposed approach, enterprise management receives information about the degree of readiness of the enterprise to implement marketing tools and further improve the marketing component of its activities through the development and implementation of appropriate mechanisms and models. In the third section «The Use of Marketing Tools in Ensuring the Economic Security of an Enterprise» a mechanism for ensuring the economic security of light industry enterprises based on the use of marketing tools has been developed. The place and role of marketing tools in the formation of a model for ensuring the economic security of an enterprise has been determined and such a model has been tested at light industry enterprises. The paper substantiates the formation of new trends in understanding the essence of marketing as a concept of proactive management and ensuring the economic security of an enterprise through the use of modern marketing tools and ensuring a decrease in the price elasticity of products, which makes the enterprise less vulnerable to the actions of competitors and provides resistance to the negative impact of external and internal environmental factors. Based on the use of marketing tools, a structural and logical model of the mechanism for ensuring the economic security of light industry enterprises has been built, which allows for increased sustainability, competitiveness and is a prerequisite for their stable development by reducing risks, minimizing threats and effectively using marketing tools to adapt to changes in the market conditions. The main feature of the developed mechanism is the consideration of B2B and B2C models of interaction with customers in the process of ensuring the economic security of an enterprise, which helps to identify the needs of different market segments, thereby creating the preconditions for the formation of strategies for adaptation and preservation of the customer base in the context of general destabilization of economic processes. A model for ensuring the economic security of an enterprise has been developed, which allows finding the optimal set of marketing tools, taking into account the pricing policy and relevant factors of negative impact on its activities, namely: the presence of force majeure; resource shortage; decline in solvent demand; the presence of «gray imports»; negative institutional impact. The developed model was tested at domestic light industry enterprises.

### **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:**

- Ihor Okhrimenko, Olga Martyn, Joshua Asamoah Kyeremeh. Safe management of personnel and innovation potential of the enterprise in the conditions of globalization, turbulence of the business environment and dynamic changes. Management of the 21st century : globalization challenges : collective monograph / ed. by D. Diachkov. Prague, 2023. P. 245–251
- Асамоах-Черемех Д., Матюх С. А. Теоретичні засади ресурсного забезпечення системи економічної безпеки підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 6. С. 174–178

- Асамоах-Черемех Д., Матюх С. А. Роль механізму ресурсного забезпечення системи економічної безпеки підприємства у забезпеченні реалізації загальної стратегії підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 1. С. 214–218
- Асамоах-Черемех Д. Маркетингові інструменти забезпечення економічної безпеки підприємства: сутність та класифікація. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 6(2). С. 130–134
- Асамоах-Черемех Д., Матюх С. Вплив маркетингу на виявлення та протидію загрозам економічній безпеці підприємств легкої промисловості України. Innovation and Sustainability. 2022. № 2. С. 49–54
- Асамоах-Черемех Д., Матюх С. Аналіз безпекового середовища функціонування підприємств легкої промисловості з позиції маркетингового підходу Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 4. С. 152–157
- АСАМОАХ-ЧЕРЕМЕХ, Д., РУДНІЧЕНКО, Є. (2023). Підходи до сутнісного наповнення категорії «економічна безпека підприємства». Development Service Industry Management, (3), 47–55.
- АСАМОАХ-ЧЕРЕМЕХ, Д., РУДНІЧЕНКО, Є. (2023). Методичні підходи до оцінювання впливу інструментів маркетингу на економічну безпеку підприємства. Development Service Industry Management, (4), 130–134.
- АСАМОАХ-ЧЕРЕМЕХ, Д. (2024). Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств легкої промисловості на основі використання маркетингових інструментів. Development Service Industry Management, (4), 297–302.

**Наукова (науково-технічна) продукція:**

**Соціально-економічна спрямованість:**

**Охоронні документи на ОПІВ:**

**Впровадження результатів дисертації:** Впроваджено

**Зв'язок з науковими темами:** 0122U001212

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

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Рудніченко Євгеній Миколайович

2. Yevhenii M. Rudnichenko

**Кваліфікація:** д.е.н., професор, 21.04.02

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Хмельницький національний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02071234

**Місцезнаходження:** вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

**Форма власності:** Державна

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

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

## **VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів**

### **Офіційні опоненти**

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

1. Копитко Марта Іванівна
2. Marta I. Kopytko

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 21.04.02

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

#### **Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Львівський державний університет внутрішніх справ

**Код за ЄДРПОУ:** 08571995

**Місцезнаходження:** вул. Городоцька, буд. 26, Львів, 79007, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство внутрішніх справ України

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

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

1. Зайцева Олена Іванівна
2. Olena I. Zaitseva

**Кваліфікація:** к. е. н., професор, 08.00.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

#### **Додаткова інформація:**

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

**Код за ЄДРПОУ:** 44470624

**Місцезнаходження:** вул. Кіото, буд. 19, Київ, 02156, Україна

**Форма власності:** Державна

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

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

### **Рецензенти**

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

1. Савченко Олена Валентинівна
2. Olena V. Savchenko

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

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Хмельницький національний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02071234

**Місцезнаходження:** вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

**Форма власності:** Державна

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

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Закрижевська Ірина Василівна

2. Iryna V. Zakryzhevskya

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

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Хмельницький національний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02071234

**Місцезнаходження:** вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

**Форма власності:** Державна

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

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

## **VIII. Заключні відомості**

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

Чайковська Інна Ігорівна

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

Чайковська Інна Ігорівна

**Відповідальний за підготовку  
облікових документів**

Синюк Олег Миколайович

**Реєстратор**

УкрІНТЕІ

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна