

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

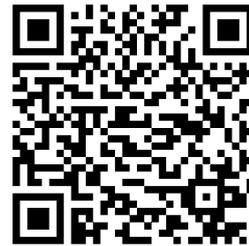
Державний обліковий номер: 0826U000312

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 23-02-2026

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Закусило Вадим Володимирович

2. Vadim V. Zakusilo

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: 10-04-2026

Спеціальність за освітою: Менеджмент

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 12005

Повне найменування юридичної особи: Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

Місцезнаходження: вул. Інститутська, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, 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: Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

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

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.81.03, 06.92

Тема дисертації:

1. Маркетингові інновації у системі забезпечення економічної безпеки підприємств.
2. Marketing innovations in the system of ensuring the economic security of enterprises.

Реферат:

1. Закусило В. В. Маркетингові інновації у системі забезпечення економічної безпеки підприємств. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг». – Хмельницький національний університет, Хмельницький, 2026. Дисертацію присвячено розробці теоретичних положень та науково-методичних підходів щодо імплементації маркетингових інновацій у систему забезпечення економічної безпеки підприємств. У першому розділі «Теоретико-методичні засади дослідження маркетингових інновацій у системі забезпечення економічної безпеки підприємств» досліджено основні наукові підходи до трактування категорії «маркетингові інновації» в умовах цифрової трансформації економіки, визначено місце і роль маркетингових інновацій у системі забезпечення економічної безпеки підприємств, а також охарактеризовано їх вплив на економічну безпеку суб'єктів господарювання. На основі аналізу наукових джерел і систематизації підходів до визначення поняття «маркетингові інновації» у роботі уточнено його сутнісно-змістове наповнення та окреслено етапи його еволюції. Обґрунтовано актуальність імплементації

маркетингових інновацій у систему забезпечення економічної безпеки підприємств. У другому розділі роботи «Аналіз передумов впровадження маркетингових інновацій у систему забезпечення економічної безпеки підприємств» досліджено особливості трансформаційних процесів макросередовища та їх вплив на впровадження маркетингових інновацій, проведено оцінювання ресурсної бази підприємств та рівня готовності підприємств до інтеграції маркетингових інновацій у систему забезпечення економічної безпеки. Розроблена методика оцінювання рівня готовності підприємств до інтеграції маркетингових інновацій у систему забезпечення економічної безпеки, яка поєднує анкетне опитування, експертне зважування вагомості параметрів, перевірку узгодженості експертних суджень і розрахунок інтегрального показника. Запропонована методика не лише фіксує поточний стан готовності, а й дозволяє виявити «вузькі місця» та обґрунтувати вибір маркетингових інновацій у контексті забезпечення економічної безпеки підприємства. У третьому розділі дисертації «Інтеграція маркетингових інновацій у систему забезпечення економічної безпеки підприємств» сформовано механізм забезпечення економічної безпеки підприємства на основі маркетингових інновацій, проведено оцінювання ризиків маркетингової діяльності у системі забезпечення економічної безпеки підприємств та реалізовано моделювання вибору маркетингових інновацій з метою мінімізації впливу таких ризиків на систему забезпечення економічної безпеки підприємств. За результатами аналізу емпіричних даних обґрунтовано доцільність розробки механізму забезпечення економічної безпеки підприємства з використанням маркетингових інновацій, основою якого є функціональна модель маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємства. Доведено, що такий механізм виконує функцію узгодження інтересів суб'єктів, процесів і ресурсів у межах системи економічної безпеки, забезпечуючи реалізацію принципів превентивності, адаптивності та стійкості, при цьому маркетингові інновації є ключовим інструментом прогнозування, реагування та створення конкурентних переваг підприємства. Такий механізм має інтеграційний характер і об'єднує управлінські, фінансово-аналітичні, маркетингові та технологічні підсистеми в єдину систему і дозволяє забезпечити стійкість системи економічної безпеки підприємства в умовах цифровізації та дестабілізації середовища його функціонування. Запропоновано структуру механізму забезпечення економічної безпеки підприємства на основі маркетингових інновацій, яка передбачає наявність трьох взаємопов'язаних блоків: технологічно-цифрового, стратегічно-управлінського та поведінково-клієнтського. Така структура дозволяє забезпечити впровадження маркетингових інновацій та їх імплементацію у систему економічної безпеки підприємства. Розроблено модель вибору маркетингових інновацій з урахуванням основних видів ризику та проведено її апробацію на промислових підприємствах з виробництва будівельних матеріалів ТДВ «Хмельницькзалізобетон», ТОВ «Центр будівельних рішень», ТОВ «Мрія забудовника». Встановлено, що кожне з підприємств має свою специфіку діяльності, а найбільш популярними є такі маркетингові інновації, як: омніканальний маркетинг, персоналізований маркетинг, Big Data та аналітика, штучний інтелект та AI-аватари для взаємодії з клієнтами. Розроблена модель дозволяє обґрунтувати вибір маркетингових інновацій для конкретного підприємства та забезпечити ефективне прийняття управлінських рішень у сфері економічної безпеки.

2. Zakusylo V. V. Marketing innovations in the system of ensuring the economic security of enterprises. – Qualification scientific work in the form of a manuscript. Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the specialty 075 «Marketing». – Khmelnytskyi National University, Khmelnytskyi, 2026. The dissertation is devoted to the development of theoretical provisions and scientific and methodological approaches to the implementation of marketing innovations in the system of ensuring the economic security of enterprises. The first section «Theoretical and methodological principles of researching marketing innovations in the system of ensuring the economic security of enterprises» examines the main scientific approaches to the interpretation of the category «marketing innovations» under the conditions of digital transformation of the economy, determines the place and role of marketing innovations in the system of ensuring the economic security of enterprises, and characterizes their impact on the economic security of business entities. The second section of the work «Analysis of the prerequisites for the implementation of marketing innovations in the system of ensuring the economic security of enterprises» examines the features of the transformation processes of the macroenvironment and their impact on

the implementation of marketing innovations, assesses the resource base of enterprises, and evaluates the level of readiness of enterprises to integrate marketing innovations into the system of ensuring economic security. A methodology has been developed for assessing the level of readiness of enterprises to integrate marketing innovations into the system of ensuring economic security. It combines a questionnaire survey, expert weighing of the importance of parameters, checking the consistency of expert judgments and calculating the integral indicator. The proposed methodology not only records the current state of readiness but also allows the identification of «bottlenecks» and serves as a basis for substantiating the choice of marketing innovations in the context of ensuring the economic security of enterprises. In the third section of the dissertation «Integration of marketing innovations into the system of ensuring the economic security of enterprises» a mechanism for ensuring the economic security of an enterprise based on marketing innovations has been formed, an assessment of the risks of marketing activities in the system of ensuring the economic security of enterprises has been carried out and modeling of the choice of marketing innovations has been implemented in order to minimize the impact of such risks on the system of ensuring the economic security of enterprises. Based on the analysis of empirical data, the feasibility of developing a mechanism for ensuring the economic security of an enterprise based on marketing innovations has been substantiated, the basis of which is a functional model of marketing support for the economic security of an enterprise. It has been proven that such a mechanism performs the function of coordinating the interests of subjects, processes and resources within the framework of the economic security system, ensuring the implementation of the principles of prevention, adaptability and sustainability, while marketing innovations are a key tool for forecasting, responding and creating competitive advantages for an enterprise. Such a mechanism has an integrative nature and combines management, financial and analytical, marketing and technological subsystems into a single system, which makes it possible to ensure the stability of the economic security system of the enterprise in the conditions of digitalization and destabilization of the environment of its functioning. The structure of the mechanism for ensuring the economic security of the enterprise based on marketing innovations is proposed, which provides for the presence of three interconnected blocks: technological and digital, strategic and managerial and behavioral and client. Such a structure makes it possible to ensure the introduction of marketing innovations and their implementation in the economic security system of the enterprise. A model for selecting marketing innovations taking into account the main types of risk has been developed and its testing has been carried out at industrial enterprises for the production of building materials ALC «Khmelnyskzalizobeton», LLC «Center of Construction Solutions» and LLC «Mriya Zabudovnyka». It has been established that each enterprise has its own specifics of activity, and the most common marketing innovations include omnichannel marketing, personalized marketing, Big Data and analytics, artificial intelligence, and AI avatars for customer interaction. The developed model allows the choice of marketing innovations for a particular enterprise to be justified and ensures effective management decision-making in the field of economic security.

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:

- Закусило, В. Трансформаційні процеси макросередовища та їх вплив на впровадження маркетингових інновацій: аналіз наявного потенціалу. Modeling the Development of Economic Systems. 2025. № 4. С. 357–363.

- Закусило, В., Гавловська, Н. Механізм забезпечення економічної безпеки промислових підприємств на основі маркетингових інновацій. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2025. Т. 348, № 6. С. 33–38.
- Закусило, В., Гавловська, Н. Еволюція та стратегічне значення маркетингових інновацій у системі економічної безпеки підприємства в умовах цифровізації. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2025. Т. 342, № 3(2). С. 366–372.
- Закусило, В. Функціональні аспекти маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємства в цифрову епоху. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2025. Т. 10, № 2. С. 250–253.
- О. В. Виноградова, Л. П. Шендерівська, А. А. Кулик, В. В. Закусило. Безпекове управління маркетинговими процесами та стартапами інноваційно-орієнтованих підприємств сфери послуг в умовах діджиталізації. Ефективна економіка. 2023. № 10.
- Закусило, В., Гавловська, Н. Маркетингова складова стратегування розвитку підприємницьких структур. Development Service Industry Management. 2023. № 3. С. 121–126.

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0125U003350

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гавловська Наталія Іванівна
2. Nataliia I. Havlovska

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

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

Місцезнаходження: вул. Інститутська, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, 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. Копитко Марта Іванівна

2. Marta I. Korytko

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, Львів, 79007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство внутрішніх справ України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гарафонова Ольга Іванівна

2. Olga I. Garafonova

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

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний економічний університет імені
Вадима Гетьмана

Код за ЄДРПОУ: 02070884

Місцезнаходження: просп. Берестейський (Перемоги), Київ, 03680, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Андрушкевич Зінаїда Миколаївна

2. Zinaida M. Andrushkevych

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, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

