

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0425U000155

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 15-05-2025

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



## II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Шатєєв Олексій Володимирович

2. Oleksii V. Shatieiev

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 08.00.04

Назва наукової спеціальності: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 02-05-2025

Спеціальність за освітою: Маркетинг

Місце роботи здобувача: Заклад вищої освіти "Львівський університет бізнесу та права"

Код за ЄДРПОУ: 32408165

Місцезнаходження: вул. Кульпарківська, буд. 99, Львів, 79021, 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):** Д 35.140.01

**Повне найменування юридичної особи:** Заклад вищої освіти "Львівський університет бізнесу та права"

**Код за ЄДРПОУ:** 32408165

**Місцезнаходження:** вул. Кульпарківська, буд. 99, Львів, 79021, 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:** Заклад вищої освіти "Львівський університет бізнесу та права"

**Код за ЄДРПОУ:** 32408165

**Місцезнаходження:** вул. Кульпарківська, буд. 99, Львів, 79021, 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

**Тема дисертації:**

1. Маркетингові інструменти розвитку підприємств IT-ринку
2. Marketing Tools for the Development of IT Market Enterprises

**Реферат:**

1. Об'єкт дослідження: процеси формування маркетингових інструментів розвитку підприємств IT-ринку. Мета: обґрунтування теоретичних аспектів та розробленні науково-практичних рекомендацій застосування маркетингових інструментів для розвитку підприємств IT-ринку. Методи: системний, теоретичні, індуктивний, дедуктивний, SWOT-аналіз, графічний, економіко-математичне моделювання. Новизна: запропоновано морфологічну матрицю розвитку IT-ринку з урахуванням маркетингових інструментів та ринкових параметрів, що забезпечує вибір оптимального варіанта із запропонованих можливих альтернатив з урахуванням локального акценту на приватних інвестиціях, глобальної інтеграції через міжнародне співробітництво, що дає змогу розробити стратегічні варіативні напрями розвитку IT-ринку та сформулювати матрицю «Альтернатива»стратегія»; удосконалено складові цифрових маркетингових інструментів у контексті їх впливу на потенційного споживача IT-галузі, які, на відміну від існуючих, враховують зовнішню

та внутрішню оптимізацію й дозволяють ефективно просувати ІТ-продукти та послуги, залучати клієнтів і підтримувати з ними тісні взаємовідносини; типологію чинників впливу на трансформацію маркетингових інструментів ІТ-підприємств, що, на відміну від існуючих, виокремлює військові, інноваційні та забезпечує тісноту взаємозв'язків між суб'єктами з урахуванням зростання попиту на безпеку; геополітичної нестабільності, мобільності і диджиталізації, економічних наслідків війни, репутаційних аспектів та соціальної відповідальності, ІІІ, Big Data та аналітики, інтернет речей (ІоТ), блокчейн; алгоритм процесу вибору та оптимізації застосування маркетингових інструментів ІТ-підприємствами, що, на відміну від попередніх, дозволяє гнучко змінювати маркетингову стратегію, підвищувати ефективність комунікацій та забезпечувати розвиток на стратегічну перспективу; набули подальшого розвитку понятійно-категоріальний апарат щодо маркетингових інструментів ІТ-підприємств, зокрема виокремлено етимологію терміна «маркетингові інструменти», під якими розуміють сукупність методів, засобів і технологій, що використовуються підприємством для аналізу ринку, формування попиту, просування товарів та послуг, комунікації зі споживачами й підвищення конкурентоспроможності підприємства загалом; систематизація стратегічних напрямів ІТ-підприємств, що, на відміну від існуючих, враховує ключові чинники: цифрові технології, персоналізацію маркетингових кампаній, забезпечуючи реалізацію стратегій контент-маркетингу, розробку партнерських заходів для забезпечення конкурентоспроможності та ефективності; методичний підхід до систематизації маркетингових інструментів, які впливають на фінансовий стан ІТ-підприємства та, на відміну від існуючих, враховують макро- і мікроекономічний аспекти, з використанням результатів цифрового маркетингу, аналітики і моніторингу, оптимізацію CRM-системи, застосування соціальних мереж; розсилку через email-маркетинг, рекламу в медіа, удосконалення брендингу та участь у різних подіях. Сфера використання: у діяльності ТОВ «ЗІНГСНІС», ТОВ «Алгоритм освіти «ЛЕМБЕРГ», Україно-Словацького центру співпраці, Львівської обласної організації роботодавців у галузі вищої освіти, у навчальному процесі: ЗВО «Львівський університет бізнесу та права» при викладанні дисциплін «PR-технології у сфері обслуговування», «Менеджмент проєктів програмного забезпечення», «Управління командою в ІТ», «UX/UI» для студентів спеціальності 121 «Інженерія програмного забезпечення».

2. Object of the research: the processes of forming marketing tools for the development of enterprises in the IT market. Purpose: substantiation of theoretical aspects and development of scientific and practical recommendations for the application of marketing tools for the development of IT market enterprises. Methods: systems approach, theoretical methods, inductive and deductive reasoning, SWOT analysis, graphical methods, and economic-mathematical modeling. Novelty: A morphological matrix for the development of the IT market has been proposed, taking into account marketing tools and market parameters. This matrix ensures the selection of the optimal option from proposed alternatives by considering local emphasis on private investments and global integration through international cooperation. It allows for the development of strategic alternative directions for IT market development and the formation of an “Alternative × Strategy” matrix. The components of digital marketing tools have been improved in the context of their impact on potential IT sector consumers. Unlike existing approaches, the improved tools account for both external and internal optimization, enabling effective promotion of IT products and services, customer acquisition, and maintenance of strong customer relationships. A typology of influencing factors on the transformation of IT enterprises' marketing tools has been developed. In contrast to existing classifications, this typology identifies military and innovation-related factors and ensures strong interconnections between market actors, taking into account increasing demand for security, geopolitical instability, mobility and digitalization, the economic consequences of war, reputational aspects and social responsibility, artificial intelligence (AI), Big Data and analytics, the Internet of Things (IoT), and blockchain technologies. An algorithm for the selection and optimization of marketing tools for IT enterprises has been proposed. Unlike previous models, it enables flexible adjustments of marketing strategies, increases communication effectiveness, and ensures long-term strategic development. The conceptual and categorical framework for marketing tools in IT enterprises has been further developed. In particular, the etymology of the term “marketing tools” has been defined as a set of methods, means, and technologies used by a company for market analysis, demand formation, product and service promotion, consumer communication, and overall

competitiveness enhancement. A systematization of strategic directions for IT enterprises has been presented. Unlike existing approaches, it considers key factors such as digital technologies and the personalization of marketing campaigns, enabling the implementation of content marketing strategies and the development of partnership initiatives to ensure competitiveness and efficiency. A methodological approach for systematizing marketing tools that affect the financial condition of IT enterprises has been proposed. In contrast to existing ones, it incorporates macro- and microeconomic aspects, the use of digital marketing results, analytics and monitoring, CRM system optimization, social media engagement, email marketing campaigns, media advertising, branding improvements, and participation in various events. Field of application: in the operations of LLC “ZINGSNIS”, LLC “Lemberg Education Algorithm”, the Ukrainian-Slovak Cooperation Center, the Lviv Regional Organization of Employers in Higher Education; in the educational process of the Lviv University of Business and Law, in teaching the following courses: “PR Technologies in the Service Sector”, “Software Project Management”, “IT Team Management”, “UX/UI” for students of specialty 121 “Software Engineering”.

### **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:** Розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки

**Підсумки дослідження:** Нове вирішення актуального наукового завдання

### **Публікації:**

- Шатеев О. В. Основні аспекти формування комплексу маркетингу підприємств ІТ. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2022. № 35. С. 551–556. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1142>.
- Шатеев О. В. Маркетингові цифрові інструменти та їх вплив на розвиток підприємств ІТ-галузі. Академічні візії. 2024. Вип. 33. С. 1–9. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1311>.
- Shateev O. Research of IT services market of Ukraine. Global Prosperity. 2023. Т. 3, № 3. URL: <https://gprosperity.org/index.php/journal/article/view/140>.
- Шатеев О. В. Перспективи розвитку підприємств ІТ-галузі на основі можливостей з урахуванням цифровізації. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2023. № 39. С. 723–732. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1551>.
- Шатеев О. В. Дослідження потреб в спеціалістах підприємств ІТ-ринку України. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2024. № 41. С. 613–622. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1504>.
- Шатеев О. В. Тенденції експорту та імпорту ІТ галузі у контексті розвитку кластеризації Західного регіону. Академічні візії. 2025. Вип. 40. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1739>.
- Любка В. В., Шатеев О. В. Трансформація онлайн-маркетингу в межах Індустрії 4.0. Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. (заоч. форма). Полтава, 2023. С. 404–406.
- Шатеев О. В. Маркетинг в ІТ-сфері: сучасні аспекти. Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 лют. 2024 р. Рівне: О. Зень, 2024. С. 229–231.
- Шатеев О. В. Двоєдиний підхід (виробник/споживач) до комплексу маркетингу. Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики: тези доп. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Мукачево, 4–5 квіт. 2024 р.). Мукачево: МДУ, 2024. С. 107–108.

- Шатеев О. В. Особливості маркетингових комунікацій в Інтернет мережі у военний період часу. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації: тези доп. XV Міжнар. наук.-практ. конф. пам'яті професора Євгена Крикавського. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2024. С. 421–422. URL: <https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings>.
- Шатеев О. SEO оптимізація як необхідна складова комплексу маркетингових комунікацій сучасності. Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів: тези доп. XIX Міжнар. наук.-практ. конф. (19-20 груд. 2024 р.). Хмельницький: ХНУ, 2024. С. 255–257.

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

**Соціально-економічна спрямованість:**

**Охоронні документи на ОПВ:**

**Впровадження результатів дисертації:** Впроваджено

**Зв'язок з науковими темами:**

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

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Кошовий Богдан-Петро Олегович

2. Bohdan-Petro O. Koshovyi

**Кваліфікація:** д. е. н., доцент, 08.00.07

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Заклад вищої освіти "Львівський університет бізнесу та права"

**Код за ЄДРПОУ:** 32408165

**Місцезнаходження:** вул. Кульпарківська, буд. 99, Львів, 79021, 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. Волинець Ірина Григорівна

2. Iryna H. Volynets

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

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Волинський національний університет імені Лесі Українки

**Код за ЄДРПОУ:** 02125102

**Місцезнаходження:** проспект Волі, буд. 13, Луцьк, Луцький р-н., 43025, Україна

**Форма власності:** Державна

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

**Ідентифікатор ROR:**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Бочко Олена Юріївна

2. Olena Y. Bochko

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

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0003-3422-4654

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Національний університет "Львівська політехніка"

**Код за ЄДРПОУ:** 02071010

**Місцезнаходження:** вул. Степана Бандери, буд. 12, Львів, 79013, Україна

**Форма власності:** Державна

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

**Ідентифікатор ROR:**

**Рецензенти**

**VIII. Заключні відомості**

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

Семчук Жанна Віталіївна

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

Семчук Жанна Віталіївна

**Відповідальний за підготовку  
облікових документів**

Пинда Ю. В.

**Реєстратор**

УкрІНТЕІ

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна