

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0526U000099

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 15-04-2026

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Карпенко Віталій Леонідович

2. Vitaliy L. Karpenko

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

Ідентифікатор ORCID ID: orcid.org/0000-0002

Вид дисертації: доктор 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: 15-05-2026

Спеціальність за освітою: менеджмент організацій

Місце роботи здобувача: 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:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 70.052.01

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

Тема дисертації:

1. Формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів підвищення конкурентоспроможності підприємств за умов глобалізаційних викликів
2. Formation of corporate innovation and marketing processes for enhancing enterprise competitiveness under globalization challenges

Реферат:

1. Карпенко В. Л. Формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів підвищення конкурентоспроможності підприємств за умов глобалізаційних викликів. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Хмельницький національний університет МОН України. – Хмельницький, 2026. Дисертацію присвячено вирішенню наукової проблеми обґрунтування концептуальних засад, розроблення теоретико-методологічних і науково-практичних рекомендацій щодо формування корпоративних інноваційно-маркетингових процесів для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств за умов сучасних глобалізаційних викликів. Розкрито теоретичні засади функціонування корпорацій як суб'єктів ринку. Корпорацію визначено як багатовимірну систему, що поєднує економічні, організаційні та соціальні функції і потребує узгодження інтересів різних груп стейкхолдерів. Доведено, що

ефективність її діяльності значною мірою забезпечується маркетинговими процесами, які інтегрують ресурсний і ринковий потенціал. Аналіз становлення корпоративного сектору України показав, що його формування відбувалося в умовах трансформаційної економіки. Водночас поступове впровадження міжнародних стандартів корпоративного управління створює передумови для підвищення прозорості, інвестиційної привабливості та стратегічної ефективності корпоративних структур. Досліджено еволюцію теоретичних підходів до управління конкурентоспроможністю підприємств у корпоративному середовищі. Встановлено, що формування конкурентних переваг залежить від інституційних умов і соціально-економічного контексту розвитку ринку. Обґрунтовано доцільність поєднання структурного, поведінкового, еволюційного та інституціонального підходів, що забезпечує комплексне бачення конкурентного середовища та формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю. Проаналізовано методи її оцінювання, які охоплюють інструменти стратегічного аналізу та кількісні розрахункові методи. Сформовано матрицю стратегій конкурентоспроможності у координатах «рівень інноваційності – рівень маркетингової активності». Здійснено структурно-динамічний аналіз функціонування молокопереробної галузі України, який підтвердив її стратегічне значення для забезпечення продовольчої безпеки та розвитку регіональної економіки. Галузь функціонує як інтегрована система «виробництво сировини – переробка – збут», проте стикається з проблемами дефіциту якісної сировини, технологічної відсталості та залежності від імпортних компонентів. Виявлено позитивні тенденції розвитку, пов'язані з модернізацією виробництва, впровадженням технологій глибокої переробки, підвищенням стандартів якості та активізацією експорту продукції. Посилюється роль інтегрованих корпоративних структур і стратегічних партнерств, що сприяють концентрації ресурсів і формуванню конкурентних переваг підприємств. Обґрунтовано концептуальні засади управління конкурентоспроможністю підприємств на основі розвитку інтеграційних процесів. Доведено, що підвищення ефективності діяльності молокопереробних підприємств пов'язане з формуванням інтеграційно-корпоративних структур, здатних забезпечити ресурсну та ринкову синергію. Запропоновано авторське трактування управлінської парадигми розвитку конкурентоспроможності корпоративних структур, що ґрунтується на формуванні інтеграційної компетентності як ключового елементу стратегічного управління. Показано, що ефективним інструментом інтеграції підприємств галузі є стратегічні альянси, які дозволяють зберігати організаційну автономію учасників і водночас отримувати економічні переваги через оптимізацію ланцюгів постачання, спільні інвестиції та розвиток експортного потенціалу. Визначено, що стратегізація підвищення конкурентоспроможності інтегрованих корпоративних структур базується на розвитку інноваційно-маркетингових процесів. Доведено, що взаємодія інноваційної та маркетингової складових формує інноваційно-маркетингове ядро управління, яке інтегрує технологічні, виробничі та комунікаційні процеси в єдину систему стратегічного розвитку. Запропоновано систему маркетингової діагностики для коригування взаємодії учасників інтегрованих структур з урахуванням етапів життєвого циклу підприємств. Показано, що важливу роль у розвитку корпоративних інноваційно-маркетингових процесів відіграють цифровізація та кобрендинг, які сприяють інтеграції партнерів, формуванню спільних платформ розвитку та прискоренню комерціалізації інноваційної продукції. Ключові слова: інтегровані корпоративні структури, стратегічний альянс, стратегізація підвищення конкурентоспроможності, інтеграційна компетентність, ефективність організаційної взаємодії, інноваційно-маркетингове ядро.

2. Karpenko V. L. Formation of corporate innovation and marketing processes for enhancing enterprise competitiveness under globalization challenges. Dissertation for the degree of Doctor of Economic Sciences, specialty 08.00.04 – Economics and Management of Enterprises (by types of economic activity). – Khmelnytskyi National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Khmelnytskyi, 2026. The dissertation is devoted to solving the scientific problem of substantiating the conceptual foundations, developing theoretical-methodological and scientific-practical recommendations on the formation of corporate innovation and marketing processes to increase the level of competitiveness of enterprises in the conditions of modern globalization challenges. The evolution of theoretical approaches to managing the competitiveness of enterprises in the corporate environment is studied. It is established that the formation of competitive advantages depends on institutional conditions and the socio-economic context of market development. The feasibility of combining

structural, behavioral, evolutionary and institutional approaches is substantiated, which provides a comprehensive vision of the competitive environment and the formation of an effective competitiveness management system. The methods of its assessment, which include strategic analysis tools and quantitative calculation methods, are analyzed. A matrix of competitiveness strategies is formed in the coordinates «level of innovation – level of marketing activity». A structural and dynamic analysis of the functioning of the dairy processing industry of Ukraine has been carried out, which confirmed its strategic importance for ensuring food security and the development of the regional economy. The industry functions as an integrated system «production of raw materials – processing – sales», but faces the problems of a shortage of high-quality raw materials, technological backwardness and dependence on imported components. Positive development trends associated with the modernization of production, the introduction of deep processing technologies, the improvement of quality standards and the activation of product exports are identified. The role of integrated corporate structures and strategic partnerships is increasing, which contribute to the concentration of resources and the formation of competitive advantages of enterprises. The conceptual principles of managing the competitiveness of enterprises based on the development of integration processes are substantiated. It is proven that increasing the efficiency of dairy processing enterprises is associated with the formation of integration-corporate structures capable of providing resource and market synergy. The author's interpretation of the management paradigm for the development of the competitiveness of corporate structures is proposed, which is based on the formation of integration competence as a key element of strategic management. It is shown that an effective tool for the integration of enterprises in the industry are strategic alliances, which allow maintaining the organizational autonomy of participants and at the same time obtaining economic benefits through the optimization of supply chains, joint investments and the development of export potential. It is determined that the strategy of increasing the competitiveness of integrated corporate structures is based on the development of innovation and marketing processes. It is proven that the interaction of the innovation and marketing components forms the innovation and marketing core of management, which integrates technological, production and communication processes into a single system of strategic development. A marketing diagnostics system is proposed to adjust the interaction of participants in integrated structures, taking into account the stages of the enterprise life cycle. It is shown that an important role in the development of corporate innovation and marketing processes is played by digitalization and co-branding, which contribute to the integration of partners, the formation of joint development platforms and the acceleration of the commercialization of innovative products. Keywords: integrated corporate structures, strategic alliance, strategy of increasing competitiveness, integration competence, effectiveness of organizational interaction, innovation and marketing core.

Державний реєстраційний номер ДіР: 0114U000272 , 0115U000223 , 0117U001169 , 0118U000229 , 0122U201589 , 0123U104704

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: Освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- Карпенко В. Л. Підвищення конкурентоспроможності підприємств на основі корпоративних інноваційно-маркетингових процесів / В. Л. Карпенко. – Хмельницький : ХНУ, 2026. – 239 с.

- Карпенко В. Л. Формування новітньої парадигми розвитку інтегрованих корпоративних структур / В. Л. Карпенко // Розвиток цифровізації обліку, оподаткування, аналізу і контролю в управлінні підприємствами : монографія / Р. Ф. Бруханський, П. Р. Пуцентейло [та ін.]. – Тернопіль : ВПЦ «Університетська думка», 2021. – С. 143–164
- Карпенко В. Л. Пріоритети конкурентоспроможності корпоративних структур в умовах євроінтеграції / В. Л. Карпенко, І. В. Гвоздецька // Соціально-трудова та економічні пріоритети розвитку виробничих систем у прискоренні євроінтеграції : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника. – Хмельницький : ХНУ, 2019. – С. 277–310
- Карпенко В. Інфраструктурні елементи соціально-трудового потенціалу для активізації євроінтеграційних процесів / В. Карпенко, І. Гвоздецька // Соціально-трудова потенціал: формування, забезпечення та розвиток у підвищенні економічної безпеки : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника. – Хмельницький : ХНУ, 2018. – С. 355–368
- Karpenko V. Technological innovation in digital brand management: leveraging artificial intelligence and immersive experiences / N. Terentieva, V. Karpenko, N. Yarova, N. Shkvyria, M. Pasko // Journal of Research, Innovation and Technologies. – 2025. – Vol. IV. – № 1 (7). – P. 5–24. – [https://doi.org/10.57017/jorit.v4.2\(8\).06](https://doi.org/10.57017/jorit.v4.2(8).06)
- Karpenko V. B2B marketing strategies: value creation, key customer acquisition and preservation / O. Hurina, V. Karpenko, O. Vdovichena, L. Lypych, V. Herylo // Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. – 2023. – Vol. 5 (52). – P. 543–561. – <https://doi.org/10.55643/fcaptop.5.52.2023.4159>
- Karpenko V. The Convergence of Factors That Affect the Dairy Product Market: A Comparative Analysis of European Union Countries / J. Klapkiv, P. Putsenteilo, V. Karpenko // Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe. – 2023. – Vol. 26 (2). – P. 105–127. – <https://doi.org/10.18778/1508-2008.26.15>
- Karpenko V. Place of Environmental Management in Ukraine in the System of Modeling Management of Sustainable Development of the Region / O. Zamazii, O. Dupliak, V. Karpenko, O. Proskurovych, A. Mazarchuk // WSEAS Transactions on Environment and Development. – 2021. – Vol. 17 (Art. № 26). – P. 253–261. – <https://doi.org/10.37394/232015.2021.17.26>
- Karpenko V. The role of institutions in the development of agriculture / P. Putsenteilo, Y. Klapkiv, V. Karpenko, I. Gvozdecka // Bulgarian Journal of Agricultural Science. – 2020. – № 26 (1). – P. 23–33. – URL: <https://www.agrojournal.org/26/01-03.html>
- Карпенко В. Л. Інноваційна екосистема фінансово-промислової компанії: організаційні моделі розвитку / І. В. Свиноус, В. Л. Карпенко, І. О. Доценко // Актуальні проблеми сталого розвитку. – 2025. – № 2 (9). – С. 139–146. – [https://doi.org/10.60022/2\(9\)-17S](https://doi.org/10.60022/2(9)-17S)
- Карпенко В. Соціально-економічні передумови інноваційної трансформації експортного потенціалу аграрного сектору України / В. Карпенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2025. – № 5. – С. 441–447. – <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-346-5-65>
- Карпенко В. Ризики та перспективи підприємницької діяльності у сфері виробництва молока / С. Нікітченко, В. Гуменюк, В. Карпенко, В. Андрушко // Modeling the development of the economic systems. – 2025. – № 1. – С. 504–512. – <https://doi.org/10.31891/mdes/2025-15-64>
- Карпенко В. Використання інноваційних методів управління для досягнення конкурентної переваги у сфері маркетингу / В. Карпенко, С. Костинюк, Б. Шейнер // Академічні візії : академічний електронний журнал із відкритим доступом. – 2024. – № 29. – <https://doi.org/10.5281/zenodo.10829053>
- Карпенко В. Ко-брендинг як інструмент формування спільної інноваційної маркетингової діяльності молокопереробних підприємств / В. Карпенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2023. – № 3. – С. 338–345. – <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-318-3-53>
- Карпенко В. Напрями цифровізації маркетингу аграрних підприємств / С. Кобернюк, В. Карпенко // Innovation and Sustainability. – 2023. – № 1. – С. 204–212. – <https://doi.org/10.31649/ins.2023.1.204.212>
- Карпенко В. Організаційно-економічні засади розвитку кооперації на ринку молока в Україні в умовах євроінтеграції / М. Ібатуллін, О. Гривківська, В. Карпенко, Н. Свиноус // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2023. – № 1. – С. 254–260. –

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-314-1-38>

- Карпенко В. Л. Методичний підхід до формування маркетингової стратегії просування продукції на нові ринки / І. В. Закрижевська, Т. І. Каткова, В. Л. Карпенко // *Innovation and Sustainability*. – 2022. – № 4. – С. 160–172. – <https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.160.172>
- Карпенко В. Значення та місце корпоративного сектора у стратегічному розвитку сучасної економіки / В. Карпенко, І. Закрижевська // *Modeling the development of the economic systems*. – 2022. – № 4. – С. 33–38. – <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-6-5>
- Карпенко В. Л. Аналіз вітчизняного ринку молокопродуктів: реалії та перспективи / В. Л. Карпенко // *Інноваційна економіка*. – 2021. – № 7–8 (89). – С. 96–103. – <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.7-8.13>
- Карпенко В. Л. Зasadничі положення управління міжкорпоративними відносинами при інтеграції економічних суб'єктів / В. Л. Карпенко // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. – 2021. – № 6. – Т. 2. – С. 251–255. – <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-300-6/2-41>
- Карпенко В. Л. Стратегічні альянси як перспективна форма корпоративних інтеграційних об'єднань в молокопереробній галузі / В. Л. Карпенко // *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. – 2021. – № 23 (51). – С. 35–46. – [https://doi.org/10.25264/2311-5149-2021-23\(51\)-35-46](https://doi.org/10.25264/2311-5149-2021-23(51)-35-46)
- Карпенко В. Оцінка забезпечення функціонування молокопереробних підприємств України / В. Карпенко // *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. – 2020. – Вип. 3–4. – С. 62–75. – <https://doi.org/10.35774/ibo2020.03.062>
- Карпенко В. Аналіз стану розвитку молокопереробної галузі України / В. Карпенко // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. – 2020. – № 5. – С. 90–101. – <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2020-286-5-18>
- Карпенко В. Л. Аналіз стану розвитку молокопереробних підприємств Хмельницької області / В. Л. Карпенко // *Інноваційна економіка*. – 2020. – № 5–6 (84). – С. 110–121. – <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2020.5-6.15>
- Карпенко В. Л. Маркетингове управління конкурентоспроможністю продукції підприємства / В. М. Нянько, В. Л. Карпенко, О. В. Нездоровін // *Економічний дискурс*. – 2019. – Вип. 4. – С. 123–131. – <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2019-4-13>
- Карпенко В. Л. Іманентні ознаки інновацій у маркетингу як основа їх конкурентоспроможності / В. Л. Карпенко // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. – 2019. – № 5. – С. 126–136. – <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2019-274-5-128-137>
- Karpenko V. L. Trajectory of marketing function – from traditions to innovations / P. R. Putsenteilo, V. M. Nyanko, V. L. Karpenko // *European Journal of Management Issues*. – 2018. – № 26 (3–4). – P. 103–113. – <https://doi.org/10.15421/191811>
- Карпенко В. Л. Інноваційний маркетинг як сучасна концепція розвитку підприємств / В. Л. Карпенко // *Інноваційна економіка*. – 2017. – № 11–12 (72). – С. 195–201
- Карпенко В. Л. Процеси корпоратизації у сучасних умовах та її генезис / В. Л. Карпенко // *Економічний дискурс*. – 2017. – Вип. 2. – С. 19–28. – URL: <http://ed.pdatu.edu.ua/article/view/126059>
- Карпенко В. Л. Маркетинг конкурентоспроможності підприємства / В. Л. Карпенко // *Сталий розвиток економіки*. – 2016. – № 4 (33). – С. 146–152. – URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/349>
- Карпенко В. Розвиток стратегічного маркетингу в діяльності підприємства / В. Карпенко // *Інноваційна економіка*. – 2016. – № 11–12. – С. 129–135
- Карпенко В. Л. Теоретичні засади формування системи управління конкурентоспроможністю підприємств / В. Л. Карпенко // *Сталий розвиток економіки*. – 2016. – № 1 (30). – С. 84–90. – URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/442>

- Карпенко В. Л. Спільний маркетинг як засіб побудови партнерських стосунків між учасниками ринку / В. Л. Карпенко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 1 (6). – Т. 2. – 2013. – С. 167–171. – URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/167.pdf>
- Karpenko V. Application of immersive technologies in business: theory, methodology and practice / I. Zakryzhevskya, V. Karpenko, P. Kolisnichenko // International Interdisciplinary Scientific Journal «Expert». – 2024. – № 1 (3). – P. 45–54 (Bulgaria). – URL: <https://scientific-journal.expert/archives/2024-v1-i3-003>
- Karpenko V. The future of virtual reality in marketing and advertising: benefits and challenges for business / I. Losheniuk, O. Kabanova, A. Berher, V. Karpenko, D. Didyk // Futurity Economics & Law, September 2023. – № 3 (3). – P. 173–186.
- Karpenko V. L. Management of competitiveness of products at the enterprise in the conditions of global challenges / V. L. Karpenko // Economic and social development of Ukraine in XXI century: national vision and globalization challenges : Collection of scientific articles. – D2D P. House, Oklahoma City, 2017. – P. 42–44.
- Карпенко В. Поведінкові тенденції розвитку ринку молочної продукції України: сучасний контекст та маркетингові перспективи / В. Карпенко // Сучасні тренди в поведінковому маркетингу : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (6 листоп. 2025 р., м. Львів). – Львів, 2025. – С. 149–150
- Карпенко В. Формування та імплементація маркетингової стратегії підприємства на B2B ринку / В. Карпенко // Фінанси, маркетинг, менеджмент, економіка: сталі рішення та цифрові трансформації : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (5–6 черв. 2025 р., м. Біла Церква). – Біла Церква, 2025. – С. 149–152
- Карпенко В. Стан та перспективи розвитку молочного ринку України в умовах війни / В. Карпенко, В. Андрушко // Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 трав. 2025 р., м. Луцьк). – Луцьк, 2025. – С. 138–141
- Карпенко В. Інноваційне управління на засадах маркетингу: сутність, методи та переваги / Б. Шейнер, В. Карпенко // Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів : тези доп. XIX Міжнар. наук.-практ. конф. (19–20 груд. 2024 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2024. – С. 21–23
- Карпенко В. Цифрові технології у діяльності дистрибуційного підприємства на ринку молочної продукції в умовах сучасних викликів ринку / Н. Войталюк, С. Кізенко, В. Карпенко // Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє : тези доп. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (24–25 жовт. 2024 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2024. – С. 227–230
- Карпенко В. Система стратегічного маркетингу молокопереробної корпорації в умовах цифровізації бізнес-процесів / В. Карпенко // Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів : тези доп. XVII Міжнар. наук.-практ. конф. (20–21 груд. 2023 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2023. – С. 81–83
- Карпенко В. Л. Формування парадигми локального інтеграційного розвитку корпоративних структур / В. Л. Карпенко // Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів : тези доп. Економічного наук.-практ. форуму (1–3 груд. 2022 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2022. – С. 81–84
- Карпенко В. Л. Визначення принципів інтеграції економічних суб'єктів на основі теорії управління міжкорпоративними відносинами / В. Л. Карпенко // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (16 груд. 2021 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2021. – С. 53–55
- Карпенко В. Л. Інноваційно-маркетингові аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств / В. Л. Карпенко // Актуальні проблеми економіки та управління: теоретичні і практичні аспекти : тези доп. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (14–16 трав. 2020 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2020. – С. 218–221
- Карпенко В. Л. Сучасні споживчі тренди і орієнтири для вітчизняних переробників молока / В. Л. Карпенко, Т. Ю. Слюсаренко // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XIV Міжнар. наук.-практ. конф. (28–30 листоп. 2019 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2019. – С.

- Карпенко В. Л. Історичний розвиток концепцій маркетингу контексті переходу до концепції маркетингу відносин / В. Л. Карпенко // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XIII Міжнар. наук.-практ. конф. (29 листоп. – 01 груд. 2018 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2018. – С. 74–75
- Карпенко В. Л. Інноваційний маркетинг як засіб підвищення конкуренто-спроможності підприємства / В. Л. Карпенко // Управління економічними системами: концепції, стратегії та інновації розвитку : матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. (25–26 трав. 2018 р. м. Хмельницький). – Хмельницький, 2018. – С. 45–48
- Карпенко В. Л. Перспективи впровадження blockchain-технології в маркетингу як засобу підвищення безпеки інтернет-комунікацій / В. Л. Карпенко // International Scientific-Practical Conference Innovation Management in Marketing: Modern Trends and Strategic Imperatives : Conference Proceedings : WSPiA Publishing, April 12–13th, 2018. – Poznan, Poland, 2018. – P. 243–246
- Карпенко В. Розвиток інноваційного маркетингу підприємств в умовах трансформаційних перетворень / В. Карпенко // Фінансово-економічний розвиток України в умовах трансформаційних перетворень : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. конф. (26 квіт. 2018 р., м. Львів). – Львів, 2018. – С. 120–123
- Карпенко В. Актуальні проблеми розвитку інноваційного маркетингу / В. Карпенко // Цифрова економіка: тренди та перспективи : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (25 жовт. 2018 р., м. Тернопіль). – Тернопіль, 2018. – С. 159–161
- Карпенко В. Л. Сучасні підходи у трактуванні категорії «корпорація» / В. Л. Карпенко // Прикладна економіка – від теорії до практики : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (27 жовт. 2017 р., м. Тернопіль). – Тернопіль, 2017. – С. 43–45
- Карпенко В. Л. Цільове спрямування маркетингової діяльності в управлінні якістю та конкурентоспроможністю продукції на глобальних ринках / В. Л. Карпенко // Міжнародні економічні відносини в розвитку бізнес-процесів, підвищенні людського потенціалу та забезпеченні ефектів євроінтеграції України : тези доп. XIII Міжнар. наук.-практ. конф. (30 листоп. 2016 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2016. – С. 132–134
- Карпенко В. Л. Теоретичні основи формування партнерських взаємозв'язків між суб'єктами господарювання / В. Л. Карпенко // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XI Міжнар. наук.-практ. конф. (23–25 верес. 2016 р., м. Одеса). – Одеса, 2016. – С. 58–60
- Карпенко В. Л. Формування системи партнерських відносин у маркетингу / В. Л. Карпенко // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : тези доп. XIII Міжнар. наук.-практ. конф. (21–22 квіт. 2016 р., м. Полтава). – Полтава, 2016. – С. 27–30
- Карпенко В. Л. Маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства / В. Л. Карпенко // Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна візія та виклики глобалізації : тези доп. XIII Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених (24–25 берез. 2016 р., м. Тернопіль). – Тернопіль, 2016. – С. 71–72
- Карпенко В. Л. Конкурентне партнерство як одна із форм ведення бізнесу в сучасних умовах господарювання / В. Л. Карпенко // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. X Міжнар. наук.-практ. конф. (3–5 груд. 2015 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2015. – С. 65–67
- Карпенко В. Л. Партнерська взаємодія як альтернатива конкурентній боротьбі між учасниками ринкових відносин / В. Л. Карпенко // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. IX Міжнар. наук.-практ. конф. (4–6 груд. 2014 р., м. Хмельницький). – Хмельницький, 2014. – С. 21–23

Наукова (науково-технічна) продукція: аналітичні матеріали

Соціально-економічна спрямованість: збільшення обсягів виробництва; поліпшення стану навколишнього середовища; економія матеріалів; підвищення продуктивності праці; забезпечення

промисловості чи населення новим видом інформаційно-комунікаційних послуг

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0114U000272 , 0115U000223 , 0117U001169 , 0118U000229 , 0122U201589 , 0123U104704

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Нижник Віктор Михайлович
2. Viktor M. Nyzhnyk

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.07

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. 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, Львів, 79013, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кузьмак Олег Іванович
2. Oleh Kuzmak

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.04**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-1950-8416**Додаткова інформація:****Повне найменування юридичної особи:** Луцький національний технічний університет**Код за ЄДРПОУ:** 05477296**Місцезнаходження:** вул. Львівська, Луцьк, Луцький р-н., 43018, Україна**Форма власності:** Державна**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України**Ідентифікатор ROR:** 02vn54r74**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Шипуліна Юлія Сергіївна
2. Yuliia S. Shypulina

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-8133-578X**Додаткова інформація:** <https://scholar.google.com.ua/citations?user=oLXfBuUAAAAJ&hl=ru>;
<https://www.researchgate.net/profile/Yuliia-Shypulina>;
<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56294042800>;
<https://www.webofscience.com/wos/?Func=Frame&SrcApp=CR&SID=EUW1EDOEB2jVHViH1MvpxjxpIFIHR&mode=Nextgen&path=%2Fwos%2Fauthor%2Frecord%2FA-5020-2018&IsProductCode=Yes&Init=Yes&DestApp=UA&action=transfer>**Повне найменування юридичної особи:** Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"**Код за ЄДРПОУ:** 02071180**Місцезнаходження:** вул. Кирпичова, Харків, Харківський р-н., 61002, Україна**Форма власності:** Державна**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України**Ідентифікатор ROR:****Рецензенти****Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Любохинець Лариса Сергіївна
2. Larysa S. Lyubokhynets'

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:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гончар Ольга Іванівна

2. Olga I. Gonchar

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-3917-7586

Додаткова інформація: ;<https://scholar.google.com/citations?user=bSTN5V0AAAAJ&hl=en>;

<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57218491537> ,

<https://scholar.google.com/citations?hl=uk&user=IFiUSakAAAAJ> ,

<https://www.webofscience.com/wos/author/record/160520>

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:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Стадник Валентина Василівна

2. Valentyna Stadnyk

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-2095-3517

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:

VIII. Заключні відомості

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

Нижник Віктор Михайлович

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

Гончар Ольга Іванівна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Гончар О.І.

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна