

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0824U002810

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 30-07-2024

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Недопако Наталія Миколаївна

2. NATALIA NEDOPAKO

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Шифр наукової спеціальності: 073

Назва наукової спеціальності: Менеджмент

Галузь / галузі знань: управління та адміністрування

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Менеджмент

Дата захисту: 29-08-2024

Спеціальність за освітою: маркетинг

Місце роботи здобувача: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Код за ЄДРПОУ: 38855349

Місцезнаходження: вул. Солом'янська, буд. 7, Київ, 03110, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

III. Відомості про дисертацію

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): ДФ 26.861.016

Повне найменування юридичної особи: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Код за ЄДРПОУ: 38855349

Місцезнаходження: вул. Солом'янська, буд. 7, Київ, 03110, 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: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Код за ЄДРПОУ: 38855349

Місцезнаходження: вул. Солом'янська, буд. 7, Київ, 03110, 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: 06.81.55, 06.81.

Тема дисертації:

1. Управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації.
2. Management of marketing activities of telecommunication enterprises in the context of digitalisation.

Реферат:

1. Недопако Н.М. Управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»). Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій Міністерства освіти і науки України, Київ, 2024. У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення і нове вирішення наукового-практичного завдання, яке полягає в обґрунтуванні теоретичних засад та практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації.

Обґрунтовано роль digital-маркетингу в контексті управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах диджиталізації. Запропоновано дефініцію «digital-маркетинг», побудовано еволюційне плато видів digital-маркетингу та наведено характеристики його основних інструментів. Визначено переваги digital-маркетингу для прийняття оптимальних рішень в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства. Наведено сутність, визначення та характеристику основних елементів концепції управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах диджиталізації. Сформовано науково-методичний підхід до оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства, який ґрунтується на комплексному підході, та включає: завдання, напрямки оцінювання, обґрунтування вимог, етапи проведення, систему показників та методику розрахунку інтегрального показника ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства, що підвищує обґрунтованість прийняття управлінських рішень. Обґрунтовано систему чинників впливу на розвиток телекомунікаційних підприємств. Розглянуто методологічні аспекти аналізу маркетингової позиції телекомунікаційного підприємства в конкурентних ринкових умовах, а саме: засади формування конкурентної стратегії позиціонування телекомунікаційного підприємства в ринковому середовищі; критерії оцінки ефективності конкурентної маркетингової позиції підприємства на ринку; причини і наслідки неконкурентоспроможності маркетингової позиції на ринку, що зумовлюють корегування стратегії позиціонування телекомунікаційного підприємства; заходи з перевірки актуальності маркетингової позиції підприємства на ринку та рішення щодо корегування наявної стратегії позиціонування в напрямку підвищення її рентабельності; оцінку споживчих потреб на ринку телекомунікацій; напрямки аналізу маркетингових позицій конкурентів телекомунікаційних підприємств. Розроблено науково-методичний підхід до проведення діагностики digital-архітектури маркетингової діяльності телекомунікаційного підприємства, який враховує особливості digital-архітектури телекомунікаційних підприємств та передбачає застосування шкали оцінки, що дозволяє визначати рівень digital-архітектури та діагностувати проблеми маркетингової діяльності телекомунікаційного підприємства. За цією методикою здійснено діагностику ПраАТ «Київстар», АТ «Укртелеком», ПраАТ «Датагруп», ТОВ «Ланет» та ПраАТ «Фарлеп-Інвест».

Запропоновано дефініцію та визначено основні елементи комплексної системи управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційного підприємства в умовах диджиталізації. Обґрунтовано, що для успішного впровадження цієї системи необхідно вирішити ряд важливих проблем, що включають адаптацію теоретичних моделей, інтеграцію новітніх технологій, забезпечення кібербезпеки, створення омніканального досвіду клієнтів, аналіз даних у реальному часі та автоматизацію маркетингових процесів. Доведено перспективність використання маркетингу на базі штучного інтелекту (AI-маркетингу) в маркетинговій діяльності телекомунікаційних підприємств для впровадження інноваційних підходів та посилення конкурентоспроможності в цифровій епохі. Запропонована дефініція «AI-маркетинг», визначено його основні функції та переваги. Обґрунтовано концепт інтеграції AI-маркетингу з CRM-системами.

Запропонована комплексна система управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств на основі інтеграції AI-маркетингу і CRM-систем. Досліджено сутність, наведено характеристику основних елементів та запропонована дефініція «інтегрований системний підхід до управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації». Надано структурно-логічну ілюстрацію взаємозв'язку ключових елементів і принципів управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств. Запропоновано модель інтегрованого системного підходу щодо управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційного підприємства в умовах диджиталізації, кожен елемент якої має свої специфічні характеристики, які враховують особливості телекомунікаційних підприємств, що забезпечує збалансовану стратегію маркетингу телекомунікаційного підприємства в умовах диджиталізації та є передумовою його успішного функціонування у цифровій економіці.

2. digitalisation. Qualification scientific work on the rights of the manuscript. Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the speciality 073 'Management' (Field of knowledge - 07 'Management and Administration'). State University of Information and Communication Technologies of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2024. The thesis presents a theoretical generalisation and a new solution to a scientific and practical task, which is to substantiate the theoretical foundations and practical recommendations for improving the

management of marketing activities of telecommunications enterprises in the context of digitalisation. The role of digital marketing in the context of managing the marketing activities of enterprise in the context of digitalisation is substantiated. A definition of 'digital marketing' is proposed, an evolutionary plateau of types of digital marketing is built, and characteristics of its main instruments are provided. The advantages of digital marketing for making optimal decisions in the management of marketing activities of enterprise are determined. The essence, definition and characteristics of the main elements of the concept of managing the marketing activities of enterprise in the context of digitalisation are provided. A scientific-methodical approach to evaluating the efficiency of marketing activities of enterprise has been formed, based on an integrated approach, which includes: tasks, directions of evaluation, substantiation of requirements, stages of implementation, a system of indicators and a methodology for calculating the integral indicator of efficiency of management of marketing activities of enterprise, which increases the validity of managerial decision-making. The system of factors influencing the development of telecommunications enterprises is substantiated. The methodological aspects of analysing the marketing position of a telecommunications enterprise in competitive market conditions are considered, namely: principles of formation of a competitive strategy for positioning a telecommunications enterprise in the market environment; criteria for evaluating the efficiency of the competitive marketing position of an enterprise in the market; causes and consequences of non-competitiveness of the marketing position in the market, which determine the adjustment of the positioning strategy of a telecommunications enterprise; measures to check the relevance of the marketing position. A scientific-methodical approach to diagnosing the digital architecture of the marketing activities of a telecommunications enterprise has been developed, which takes into account the peculiarities of the digital architecture of telecommunications enterprises and provides for the use of a rating scale that allows to determine the level of digital architecture and diagnose problems in the marketing activities of a telecommunications enterprise. This methodology was used to diagnose PJSC Kyivstar, JSC Ukrtelecom, PJSC Datagroup, LLC Lanet and PJSC Farlep-Invest. A definition has been proposed and the main elements of an integrated system for managing the marketing activities of telecommunications enterprise in the context of digitalisation have been identified. It is substantiated that for the successful implementation of this system it is necessary to solve a number of important problems, including adaptation of theoretical models, integration of the latest technologies, ensuring cybersecurity, creating an omnichannel customer experience, real-time data analysis and automation of marketing processes. The article proves the prospects of using AI marketing in the marketing activities of telecommunications enterprises to introduce innovative approaches and enhance competitiveness in the digital age. The definition of 'AI-marketing' is proposed, its main functions and advantages are defined. The concept of integrating AI marketing with CRM systems is substantiated.

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:

- Larina Y., Zelisko I., Holitsyn A., Havrysh O., Yesmakhanova A., Nedopako N. (2024). Financial aspects of digital marketing ecosystems formation in the sphere of information and communication technologies. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 3(56). С.490-505.
<https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/4339/4136> (Особистий внесок здобувача: обґрунтовано проблемні аспекти формування цифрового маркетингу).

- Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Денисов Є.В., Недопако Н. М. (2024). Принципи управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. Інвестиції: практика та досвід. № 12 червень. С.48-54. <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/3947> (Особистий внесок здобувача: запропоновано основні принципи управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації).
- Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Недопако Н. М. (2024). Інтегрований системний підхід до управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". №5. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-5-9944> (Особистий внесок здобувача: обґрунтовано елементи інтегрованого системного підходу до управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств та їхні взаємозв'язки).
- Виноградова О. В., Крижко О. В., Недопако Н. М. (2024). Моніторинг комунікаційного клімату телекомунікаційних підприємств. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". №3. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-3-9771> (Особистий внесок здобувача: проведений моніторинг комунікаційного клімату для покращення внутрішніх і зовнішніх комунікацій телекомунікаційних підприємств, обґрунтовано комплексний процес поліпшення комунікаційного клімату на телекомунікаційних підприємствах).
- Виноградова О.В., Ігнатенко О. В., Недопако Н.М., Ільницький Т.Р. (2024). Проблеми впровадження digital-технологій у маркетингову діяльність українських 12 компаній. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №2 (45), С.4-9. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2957> (Особистий внесок здобувача: систематизовано проблемні аспекти розвитку digital-технологій та їхнього впровадження в діяльність підприємств в Україні).
- Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Захаржевська А. А., Недопако Н. М. (2024). Принципи ефективного управління ризиками на підприємствах телекомунікацій. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №1 (44), С.5-17. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2921> (Особистий внесок здобувача: систематизовано загальні принципи управління на підприємстві як теоретичне підґрунтя принципів управління ризиками).
- Виноградова О. В., Недопако Н. М., Тимченко Н. А. (2024). Особливості управління маркетинговою діяльністю малих промислових підприємств на основі концепції маркетингу взаємовідносин. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №1(44), С. 18-23. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2922/2818> (Особистий внесок здобувача: обґрунтовано переваги формування системи управління маркетингом підприємства на основі концепції маркетингу взаємовідносин).
- Дрокіна Н. І., Недопако Н.М., Новосьолова С.А. (2022). Аналіз цільової аудиторії ринку кондитерських виробів. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №3. С. 17-23. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2722> (Особистий внесок здобувача: обґрунтовано важливість проведення аналізу цільової аудиторії як складової підвищення ефективності маркетингового управління підприємством).
- Виноградова О.В., Недопако Н.М. (2021). Digital маркетинг: еволюція розвитку в Україні. Економічний вісник НТУ України «КПІ». №18. С.103-108. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.240678> (Особистий внесок здобувача: доведено, що ефективність маркетингової діяльності підприємства напряму залежить від застосування комплексу інструментів digital-маркетингу).
- Виноградова О.В., Недопако Н.М. (2021). Формування та розвиток поняття цифрового маркетингу. Електронне наукове фахове видання «Соціально-економічні проблеми і держава». Вип. 2 (25). С. 162-170. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21vovpcm.pdf> (Особистий внесок здобувача: доведено доцільність використання інструментів digital-маркетингу для досягнення стратегічних цілей та задач компанії, спрямованих на поліпшення і радикальне перетворення її бізнес-процесів).

- Совершенна І.О., Недопако Н.М., Оніщенко О. С. (2021). Рекламна стратегія в системі загальної маркетингової стратегії підприємства Економіка. Менеджмент. Бізнес. №1. С.62-65. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2536> (Особистий внесок здобувача: обґрунтовано особливості планування рекламної діяльності як частини маркетингового менеджменту підприємства).
- Дарчук В.Г., Недопако Н.М., Хашецацька О.С. (2021). Маркетингові дослідження бізнес-процесів мережевого ритейлу ТОВ «АДІДАС» Економіка. Менеджмент. Бізнес. №1 С.33-38. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2531> (Особистий внесок здобувача: аналіз бізнес-процесів і обґрунтування впливу їх результативності на ефективність функціонування підприємства).
- Дрокіна Н. І., Недопако Н.М., Діхтяренко І.В. (2021). Інтернет - маркетинг як основний елемент сучасного маркетингу. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №1 С.39-44. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2532> (Особистий внесок здобувача: здійснено порівняльний аналіз можливостей Інтернет-маркетингу та звичайного маркетингу).
- Совершенна І.О., Недопако Н.М. Ботнар Я.В. (2021). Особливості маркетингового ціноутворення під час пандемії COVID-19. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 3. С.35-40. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2679> (Особистий внесок здобувача: обґрунтовано рекомендації вітчизняним підприємствам щодо формування маркетингової цінової політики з урахуванням ситуації і тенденцій ринку).
- Виноградова О.В., Недопако Н.М. Чуприна Є.Є. (2021). Розвиток ІТ-маркетингу як інструменту просування продукції на ринок. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 4. С.22-31. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2685> (Особистий внесок здобувача: систематизовано переваги інструментів Інтернет-маркетингу для ефективного управління підприємством).
- Недопако Н.М. (2020). Інструменти цифрового маркетингу: теоретичний аспект. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №2. С. 43-48. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2475>.
- Недопако Н.М. (2024). Концепт управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах диджиталізації. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 6 червня 2024 року). ДУІКТ. Київ.
- Виноградова О.В., Недопако Н.М., Черкас С.М. (2023). Термінологічний аналіз поняття електронного маркетингу. Підприємницька, торговельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 17 лютого 2023 року). ННІМП, ДУТ. Київ. С.34-37. https://duikt.edu.ua/uploads/p_323_32759184.pdf
- Виноградова О. В., Єсмаханова А.У. Недопако Н.М. (2023). Когерентність інтернет-маркетингу та мобільного маркетингу. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 20 квітня 2023 року). Київ, НТУ України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського. С.25-26. URL: <https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/279567>
- Крижко О.В., Недопако Н.М., Мінченко Г.Є. (2023). Важливість стратегічного маркетингу для підприємства. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії: Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року). Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ННІМП, ДУТ. Київ, 2023. С. 73-75. https://duikt.edu.ua/uploads/l_2273_25663204.pdf
- Недопако Н.М., Крижко О.В., Пиндюра В.О. (2023). Засоби sale-promotion як інструмент підвищення ефективності діяльності ресторану. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії : Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року). ННІМП, ДУТ. Київ. С 42-44. https://duikt.edu.ua/uploads/l_2273_25663204.pdf

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. Виноградова Олена Володимирівна

2. Olena V. Vynogradova

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-7250-5089

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Код за ЄДРПОУ: 38855349

Місцезнаходження: вул. Солом'янська, буд. 7, Київ, 03110, 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. Дименко Руслан Анатолійович

2. Ruslan Dymenko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-6980-8038

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет будівництва і архітектури

Код за ЄДРПОУ: 02070909

Місцезнаходження: проспект Повітрофлотський, буд. 31, Київ, 03037, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ковшова Ірина Олегівна

2. Iryna O. Kovshva

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-9013-0180

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Киево-Могилянська академія"

Код за ЄДРПОУ: 16459396

Місцезнаходження: вул. Г. Сковороди, буд. 2, Київ, 04070, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Голобородько Альона Юріївна

2. Alona Y. Goloborodko

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-5416-0526

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Код за ЄДРПОУ: 38855349

Місцезнаходження: вул. Солом'янська, буд. 7, Київ, 03110, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гусева Ольга Юріївна

2. OLHA HUSIEVA

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-0075-9044

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Код за ЄДРПОУ: 38855349

Місцезнаходження: вул. Солом'янська, буд. 7, Київ, 03110, 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**

Гудзь Олена Євгеніївна

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

Гудзь Олена Євгеніївна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Лазоренко Л.М.

Реєстратор

УкрІНТЕІ

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна