

Рішення
разової спеціалізованої вченої ради PhD 12005
про присудження ступеня доктора філософії

Здобувач ступеня доктора філософії Закусило Вадима Володимирович, 1975 року народження, громадянин України, освіта вища: закінчив у 2022 році Хмельницький національний університет і отримав кваліфікацію магістра за спеціальністю «Менеджмент». З 2022 року по теперішній час аспірант заочної форми навчання Хмельницького національного університету.

Упродовж 2022-2026 рр. навчався в аспірантурі Хмельницького національного університету, виконав акредитовану освітньо-наукову програму «Маркетинг» (галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг»).

Разова спеціалізована вчена рада PhD 12005, утворена наказом Хмельницького національного університету від 13 лютого 2026 року № 28-ас, у складі:

Голови разової спеціалізованої вченої ради:

Тельнов Анатолій Сергійович, д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу Хмельницького національного університету Міністерства освіти і науки України;

Рецензентів:

Карпенко Віталій Леонідович, к. е. н., доцент, декан факультету економіки і управління Хмельницького національного університету Міністерства освіти і науки України;

Андрушкевич Зінаїда Миколаївна, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу Хмельницького національного університету Міністерства освіти і науки України.

Офіційних опонентів:

Копитко Марта Іванівна, д. е. н., професор, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту та економічної безпеки Львівського державного університету внутрішніх справ Міністерства внутрішніх справ України;

Гарафонова Ольга Іванівна, д. е. н., професор, професор кафедри менеджменту КНЕУ імені Вадима Гетьмана Міністерства освіти і науки України.

на засіданні «10» квітня 2026 року прийняла рішення про присудження ступеня доктора філософії з галузі знань: «Управління та адміністрування» Закусило Вадиму Володимировичу на підставі публічного захисту дисертації «Маркетингові інновації у системі забезпечення економічної безпеки підприємств» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Дисертацію виконано у Хмельницькому національному університеті МОН України, м. Хмельницький.

Науковий керівник: Гавловська Наталія Іванівна, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту та адміністрування Хмельницького національного університету.

Дисертацію подано у вигляді спеціально підготовленого рукопису, який містить науково-обґрунтовані теоретичні та практичні результати досліджень, характеризується єдністю змісту, точністю викладення матеріалу та свідчить про особистий внесок автора в науку. Дисертаційна робота є завершеною науковою працею, в якій вирішено наукове завдання, що полягає у розробленні теоретичних положень та науково-методичних підходів щодо імплементації маркетингових інновацій у систему забезпечення економічної безпеки підприємств. Дисертація виконана державною мовою та відповідає вимогам до оформлення дисертації, затвердженим наказом Міністерства освіти і науки України від 12 січня 2017 року № 40.

Здобувач має 10 наукових публікацій за темою дисертації, з них 6 статей у наукових фахових виданнях України категорії «Б»:

1. 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. (0,55 умов. друк. арк.). Індексуються і реферується в базах даних: Google Scholar, CrossRef, Index Copernicus, НБУ ім. В. І. Вернадського.

<https://doi.org/10.31891/mdes/2025-18-44>

<https://mdes.khmnmu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/726>

2. 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. (0,75 умов. друк. арк.; особистий внесок автора полягає у теоретичному обґрунтуванні маркетингових інновацій як системоутворюючого чинника механізму забезпечення економічної безпеки промислових підприємств, а також у розробленні наукової моделі механізму, що інтегрує технологічно-цифрові, стратегічно-управлінські та поведінково-клієнтські компоненти в єдину логіку управління – 0,45 умов. друк. арк.). Індексуються і реферується в базах даних: Google Scholar, Index Copernicus, CrossRef, OUCI, НБУ ім. В. І. Вернадського.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-348-6-4>

<https://heraldes.khmnmu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/2526>

3. 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. (0,9 умов. друк. арк.; особистий внесок автора полягає у дослідженні еволюції маркетингових інновацій та обґрунтуванні їх стратегічного значення як багатофакторного інструмента управління ризиками і забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах цифровізації, а також у систематизації етапів розвитку маркетингових інновацій і визначенні ролі цифрових інструментів (Big Data, CRM, омніканальні стратегії) у підвищенні стійкості та конкурентоспроможності підприємств – 0,6 умов. друк. арк.).

Індексується і реферується в базах даних: Google Scholar, Index Copernicus, CrossRef, OUCI, НБУ ім. В. І. Вернадського.

[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(2\)-55](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(2)-55)

<https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/2014>

4. 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. (0,64 умов. друк. арк.). Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, WorldCat, Google Scholar, Windows Live Academic, ResearchBible, Open Academic Journals Index, CiteFactor, InfoBase.

<https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-2-49>

<https://ujae.org.ua/funktsionalni-aspekty-marketyngovogo-zabezpechennya-ekonomichnoyi-bezpeky-pidpryyemstva-v-tsyfrovy-epohu/>

5. Виноградова О., Шендерівська Л., Кулик А., Закусило В. Безпекове управління маркетинговими процесами та стартапами інноваційно-орієнтованих підприємств сфери послуг в умовах діджиталізації. Ефективна економіка. 2023. № 10. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2311>. (0,74 умов. друк. арк.; особистий внесок автора полягає у теоретичному обґрунтуванні маркетингових процесів як ключового елементу безпекового управління інноваційно-орієнтованими підприємствами в умовах діджиталізації, а також акцентовано роль маркетингових інновацій у зниженні ринкових і бізнес-ризиків, підвищенні адаптивності та формуванні стійкого розвитку підприємств, що створює теоретико-методичне підґрунтя для їх інтеграції у систему забезпечення економічної безпеки підприємств – 0,2 умов. друк. арк.). Індексується і реферується в базах даних: Index Copernicus, Google Scholar.

<https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.10.20>

<https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2311>

6. Закусило В., Гавловська Н. Маркетингова складова стратегування розвитку підприємницьких структур. Development Service Industry Management. 2023. № 3. С. 121–126. (0,7 умов. друк. арк.; особистий внесок автора полягає в теоретико-методичному обґрунтуванні стратегічного маркетингу як інструмента забезпечення стабільного та безпечного довгострокового розвитку підприємницьких структур, а також у ідентифікації компонентів поєднання маркетингу і стратегічного планування розвитку з позицій їх впливу на адаптивність, конкурентоспроможність і ринкову стійкість підприємств. Автором визначено вектори стратегічного розвитку та відповідні маркетингові інструменти, що дозволяє використовувати маркетингові інновації для зниження ринкових ризиків, посилення конкурентних переваг і формування економічної безпеки підприємств – 0,5 умов. друк. арк.). Індексується і реферується в базах даних: Google Scholar, Index Copernicus, CrossRef, НБУ ім. В. І. Вернадського.

[https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(19\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(19))

<https://dsim.khmnu.edu.ua/index.php/dsim/article/view/22>

У дискусії взяли участь (голова, рецензенти, офіційні опоненти) та висловили зауваження:

1. **Андрушкевич Зінаїда Миколаївна**, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу Хмельницького національного університету Міністерства освіти і науки України. Без зауважень;

2. **Карпенко Віталій Леонідович**, к. е. н., доцент, декан факультету економіки і управління Хмельницького національного університету Міністерства освіти і науки України. Без зауважень;

3. **Копитко Марта Іванівна**, д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту та економічної безпеки Львівського державного університету внутрішніх справ Міністерства внутрішніх справ України. Без зауважень;

4. **Гарафонова Ольга Іванівна**, д. е. н., професор, професор кафедри менеджменту КНЕУ імені Вадима Гетьмана Міністерства освіти і науки України. Без зауважень.

5. **Тельнов Анатолій Сергійович**, д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу Хмельницького національного університету Міністерства освіти і науки України. Без зауважень.

Окремих думок щодо дисертації, дотримання здобувачем академічної доброчесності, процедури захисту дисертації від членів разової спеціалізованої ради не надходило.

Результати відкритого голосування:

«За» 5 членів ради,

«Проти» 0 членів ради.

На підставі результатів відкритого голосування разова спеціалізована вчена рада PhD 12005 Хмельницького національного університету МОН України, м. Хмельницький присуджує **Закусило Вадиму Володимировичу** ступінь доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Відеозапис трансляції захисту дисертації додається.

Голова разової
спеціалізованої вченої ради PhD 12005
доктор економічних наук, професор



Анатолій ТЕЛЬНОВ