

## ВИТЯГ

### з протоколу міжкафедрального науково-теоретичного семінару Інституту економіки та менеджменту ЗВО «Університет «Україна» від 16 січня 2026 року

**Присутні:** доктори економічних наук: С.С. Нестеренко, Р.Г. Дубас, С.І. Дробязко, В.М. Семцов, О.О. Кучмєєв, кандидати економічних наук: М.О. Самофалова, Д.О. Тимошенко, К.В. Шафранова, Л.М. Лавриненко, Л.В. Васюренко, С.І. Співак, старший викладач М.В. Скаженник.

Усього присутні: 12 осіб.

На засіданні присутній аспірант четвертого року навчання Герлян Яків Сергійович, що навчається за спеціальністю 051 – «економіка».

Головуючий на засіданні: Нестеренко С.С., д.е.н., професор, директор Інституту економіки та менеджменту.

#### ПОРЯДОК ДЕННИЙ

2. Презентація наукових результатів дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософії Герляна Якова Сергійовича.

**СЛУХАЛИ:** доповідь з публічною презентацією наукових результатів дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю «051 - економіка» аспіранта Інституту економіки та менеджменту *Герляна Якова Сергійовича* на тему: «Формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу», представлену для отримання висновку про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації.

Тема дисертаційної роботи перезатверджена на засіданні Вченої ради ЗВО «Університет «Україна», протокол № 5 від 01.07.2025 р.

Науковий керівник – Кутліна Ірина Юріївна, кандидат технічних наук.

Рецензенти: Дубас Ростислав Григорович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління та адміністрування; Шафранова Катерина Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та адміністрування.

Здобувачу ставили запитання: д.е.н. С.С. Нестеренко, д.е.н. С.І. Дробязко, д.е.н. В.М. Семцов, д.е.н. О.О. Кучмєєв, к.е.н. Л.М. Лавриненко, к.е.н. Д.О. Тищенко, к.е.н. Л.В. Васюренко, к.е.н. С.І. Співак.

На всі питання доповідач надав змістовні й вичерпні відповіді та аргументовані пояснення щодо змісту результатів, які мають наукову новизну й виносяться на захист.

3. **ВИРІШИЛИ:** заслухавши доповідь та публічну презентацію наукових результатів дисертації Герляна Якова Сергійовича, обговоривши її на міжкафедральному науково-теоретичному семінарі Інституту економіки та менеджменту, ухвалити наступний висновок щодо дисертації аспіранта на тему: «Формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу»:

**ВИСНОВОК**  
**ПРО НАУКОВУ НОВИЗНУ, ТЕОРЕТИЧНЕ ТА ПРАКТИЧНЕ**  
**ЗНАЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЇ**

**Герляна Якова Сергійовича на тему: «Формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю «051 – економіка», галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»**

Висновок про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації підготовлено за результатами публічної презентації Герляна Якова Сергійовича наукових результатів дисертаційного дослідження «Формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу», їх обговорення на міжкафедральному науково-теоретичному семінарі Інституту економіки та менеджменту ЗВО «Університет «Україна», що здійснює підготовку здобувачів за спеціальністю 051 – «економіка», галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки».

**Актуальність теми.** Формування конкурентних переваг підприємств виступає стратегічним пріоритетом соціально-економічного розвитку держави, оскільки саме ефективна господарська діяльність бізнес-структур формує основу національної економіки, стимулює інноваційну активність, сприяє зростанню зайнятості населення та наповненню бюджетів усіх рівнів. В умовах динамічної трансформації ринку пріоритетного значення набуває адаптивний потенціал суб'єктів господарювання щодо трансформацій середовища, а також їхня спроможність до генерування й утримування конкурентних переваг, а також формування цінності для споживача, що є основою довгострокового успіху. Упродовж останнього десятиріччя підприємницьке середовище України функціонувало в умовах економічної нестабільності, загроз безпеці, пандемічних викликів і повномасштабної військової агресії, що спричинило істотне зниження ділової активності, скорочення кількості суб'єктів господарювання, скорочення обсягів продажу продукції та послуг.

Поряд із цим, загальносвітові тенденції, зокрема цифровізація економіки, запити на персоналізовані продукти й орієнтація на сталий розвиток, зумовили необхідність перегляду традиційних підходів до забезпечення конкурентоспроможності підприємств. У таких умовах маркетинг постає не лише як функціональна підсистема, а як ключова філософія діяльності, яка дозволяє ефективно взаємодіяти з ринком, створювати, комунікувати та реалізовувати цінність для споживачів. Застосування маркетингових інструментів у системі формування конкурентоспроможності дає змогу сформувати економічний механізм, який враховує вплив внутрішніх і зовнішніх факторів, сприяє побудові стійких конкурентних переваг та забезпечує економічний розвиток підприємства.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри економіки Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» на тему « Сталий розвиток туризму та індустрії гостинності на засадах

інноваційної конкурентоспроможності в умовах післявоєнної відбудови України» (номер державної реєстрації №0124U00457) – у межах якої автором досліджено поняття та мета конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу.

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, в якій запропоновано авторський підхід до формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу. З наукових праць, опублікованих в співавторстві, в роботі використано тільки ті ідеї і пропозиції, які є результатом особистої роботи здобувача. Внесок автора у публікаціях, підготовлених у співавторстві, визначено окремо у списку опублікованих праць.

**Апробація результатів дослідження.** Теоретичні положення, висновки та практичні розробки дисертації доповідалися й обговорювалися на науково-практичних та міжнародних конференціях: XX Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів і молодих учених «Молодь: освіта, наука, духовність» (Київ, 24–26 квітня 2023р.); Міжвузівській науково-практичній конференції аспірантів та молодих учених «Інноваційно інвестиційний розвиток національної економіки України» (Київ, 23 листопада 2023р.); Всеукраїнському симпозиумі «Реальний сектор економіки України в умовах невизначеності» (Київ, 04 квітня 2024р.); II Міжвузівській науково-практичній конференції аспірантів та молодих учених «Інноваційно-інвестиційний розвиток національної економіки України (макро- та мікрорівень) в умовах війни» (Київ, 21 листопада 2024р.); XXV Міжнародній науково-практичній конференції «Інклюзивне освітнє середовище: проблеми, перспективи та кращі практики» (Київ, 25-27 листопада 2025 року), III-ій Міжвузівській науково-практичній конференції аспірантів та молодих вчених «Інноваційно-інвестиційний розвиток національної економіки України (макро- та мікрорівень) в умовах війни» (м.Київ, 24 грудня 2025 р.).

**Наукова новизна одержаних результатів** Результати дослідження, полягають в розробці теоретико-методичних положень формування конкурентоспроможності підприємства та практичних рекомендацій щодо його впровадження в діяльність підприємств туристичної галузі, які спрямовані на інтеграцію маркетингових інструментів економічний механізм. Основні результати, що характеризують новизну дисертаційного дослідження та особистий внесок автора, полягають в наступному:

- *вперше:*

- сформовано економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання на засадах маркетингу, що базується на інтеграції концептуального, ресурсно-операційного та результативного компонентів; функціональна спрямованість механізму полягає в комплексній оцінці ефективності економічної діяльності для досягнення стратегічної конкурентної стійкості в довгостроковій перспективі;

удосконалено:

- науково-методичний підхід щодо комплексного оцінювання конкурентоспроможності туристичної привабливості країн, який, на відміну від наявних, базується на багатофакторній системі індикаторів, згрупованих за чотирма домінантами: архітектоніка туристичної привабливості, рівень

інфраструктурної розвиненості, соціально-економічний контекст та цифровий потенціал. Такий підхід уможлиблює верифікацію конкурентних позицій країн з урахуванням сучасних глобальних тенденцій ринку туристичних послуг;

- науково-методичний підхід щодо комплексного оцінювання потенціалу конкурентоспроможності туристичних підприємств, особливістю якого є інтеграція маркетингового, кадрового, фінансового та технологічного векторів розвитку суб'єкта господарювання. Застосування інструментарію багатофакторного дискримінантного аналізу дозволяє, на відміну від традиційних підходів, не лише оцінити поточний стан, а й здійснити предиктивну класифікацію підприємств за рівнем конкурентоспроможності;

- *дістали подальшого розвитку:*

- понятійно-категоріальний апарат у частині уточнення трактування поняття: «конкурентоспроможність підприємства на засадах маркетингу» як системного процесу трансформації ресурсного потенціалу підприємства у стійкі конкурентні переваги шляхом створення цінності для споживачів із застосуванням комплексу маркетингових інструментів, що забезпечує досягнення високої економічної результативності, задоволення потреб споживачів та реалізацію стратегічних цілей підприємства в динамічному ринковому середовищі;

- процедура вибору маркетингових інструментів для формування стратегії виходу туристичних підприємств на нові ринки, що, на відміну від традиційних підходів, базується на використанні аналітичної матриці, яка інтегрує рівень потенціалу конкурентоспроможності підприємства та рівень конкурентоспроможності туристичної привабливості країн, дає змогу обґрунтовано визначати стратегічні напрями розвитку та ефективно досягати поставлених цілей в умовах глобальної конкуренції.

**Практичне значення отриманих результатів** Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів зумовлена тим, що сформульовані теоретичні засади, авторські висновки та розроблені пропозиції доведено до стадії конкретних методичних положень і прикладних рекомендацій. Вони орієнтовані на імплементацію сучасного інструментарію економічного механізму підтримки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання на маркетингових засадах. Прикладне впровадження результатів дослідження підтверджено актами реалізації у діяльності: туристична компанія «DOVZHUK TRAVEL»; туристичної агенції «JV Travel». Теоретичні та практичні результати дисертаційної роботи впроваджено в навчальний процес Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» при підготовці та під час викладання дисциплін «Економіка підприємства», «Маркетингові комунікації» (довідка №10.35-134 від 12.01.2026 р.).

**Повнота викладення матеріалів дисертації в публікаціях та особистий внесок у них автора.** Основні результати дослідження опубліковано у 13 наукових працях, у тому числі: 7 статей (в т.ч. 6 – у наукових фахових виданнях України), а також 6 публікацій апробаційного характеру. Загальний обсяг наукових праць 5,8 друк. арк., з яких 4,1 друк. арк. належать особисто автору.

## **Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дослідження:**

### *1. Статті у виданнях іноземних держав:*

1. Kutlina Iryna, Herlian Yakiv. (2025) Cluster Analysis of Countries of The World by Competitiveness of Tourist Destinations. International Journal of Innovative Technologies in Economy. (Особистий внесок автора: кластерний аналіз туризму в світовій конкуренції (0,3 друк. арк.)) [https://doi.org/10.31435/ijite.3\(51\).2025.3981](https://doi.org/10.31435/ijite.3(51).2025.3981)

### *2. Публікації у наукових фахових виданнях України:*

2. Кутліна І.Ю., Герлян Я.С. Окремі аспекти поведінки споживача в Україні під час війни. Вісник Університету «Україна» (Серія: економіка, менеджмент, маркетинг). 2023. № 8 (35). С. 59-69. (Особистий внесок автора: аналіз маркетингу як невід'ємної категорії ринку (0,3 друк. арк.)) <https://doi.org/10.36994/2707-4110-2023-8-35-06>

3. Кутліна І.Ю., Герлян Я.С. Якість як важливий соціально-економічний аспект маркетингу. Вісник Університету «Україна» (Серія: економіка, менеджмент, маркетинг). 2024. № 10 (37). С. 81-90 (Особистий внесок автора: систематизація факторів формування якості продукту на основі маркетингових підходів (0,3 друк. арк.)) <https://doi.org/10.36994/2707-4110-2024-10-37-07>

4. Герлян Я.С., Кутліна І.Ю. Еволюція маркетингу: від продукту до цінності в умовах цифрової трансформації. Вісник Університету Україна. (Серія: економіка, менеджмент, маркетинг). 2024. №12 (39). С. 30 – 39. (Особистий внесок автора: обґрунтовано вплив еволюційних змін у суспільстві на трансформацію маркетингу як концепції управління та інструменту формування конкурентних переваг підприємства (0,3 друк. арк.)) <https://doi.org/10.36994/2707-4110-2024-12-39-03>

5. Герлян Я.С. Трансформація туристичного ринку в умовах цифровізації та маркетингових інновацій. Наукові перспективи. 2025 №10(64) С.444-457 (0,7 друк. арк.) [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-10\(64\)-444-457](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-10(64)-444-457)

6. Кутліна І.Ю. Герлян Я.С. Формування економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі концепції маркетингу. Вісник Хмельницького національного університету. 2025. том 34 С.242-248. (Особистий внесок автора: передумови формування економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі концепції маркетингу (0,3 друк. арк.)) <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-346-5-34>

7. Кутліна І.Ю. Герлян Я.С. Адаптація маркетингових інструментів туристичних підприємств в умовах диференціації зовнішніх ринків. Ефективна економіка. 2025. (Особистий внесок автора: розробка матриці стратегій туристичних підприємств на засадах маркетингу (0,5 друк. арк.)) <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.8.87%20>

### *3. Опубліковані праці апробаційного характеру:*

8. Герлян Я.С. Окремі аспекти маркетингу як управлінської діяльності. Молодь: освіта, наука, духовність: тези доповідей XX Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених (м. Київ. 24–26 квітня 2023 р.). К.: Університет «Україна», 2023. 26-27 с. (0,1 друк.

арк.))[https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Molod\\_osvita\\_nauka\\_duhovnist/23molod\\_zbir\\_ka\\_tez.pdf](https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Molod_osvita_nauka_duhovnist/23molod_zbir_ka_tez.pdf)

9. Герлян Я.С. Товар в системі формування маркетингової товарної політики підприємства. Збірник Міжвузівської науково-практичної конференції аспірантів та молодих вчених «Інноваційно-інвестиційний розвиток національної економіки України (макро- та мікрорівень) в умовах війни» (м. Київ. 23 листопада 2023 р.). К.: Університет «Україна», 2023. С. 37-40. (0,2 друк. арк.))[https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni\\_naukovi\\_vidannya/2023/Zbirnik\\_konferentsiya\\_2023.pdf](https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni_naukovi_vidannya/2023/Zbirnik_konferentsiya_2023.pdf)

10. Герлян Я.С. Окремі аспекти сутності маркетингового механізму. Матеріали Всеукраїнського симпозиуму «Реальний сектор економіки України в умовах невизначеності», (Київ, 04 квітня 2024 року Університет «Україна». 2024. 183 с. С. 153-155 (0,2 друк. арк.))

[https://uu.edu.ua/upload/Nauka/conferencii/2024/zbirnyk\\_tez\\_real\\_sektor\\_economiky\\_2024.pdf](https://uu.edu.ua/upload/Nauka/conferencii/2024/zbirnyk_tez_real_sektor_economiky_2024.pdf)

11. Герлян Я.С. Роль маркетингу в реалізації цілей сталого розвитку. Збірник II-ої Міжвузівської науково-практичної конференції аспірантів та молодих вчених «Інноваційно-інвестиційний розвиток національної економіки України (макро- та мікрорівень) в умовах війни» (м. Київ. 21 листопада 2024 р.). К.: Університет «Україна», 2024. С. 176-180 (0,3 друк. арк.))  
[https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni\\_naukovi\\_vidannya/2024/Zbirnik\\_materialiv\\_Konferenc\\_IEM\\_2024.pdf](https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni_naukovi_vidannya/2024/Zbirnik_materialiv_Konferenc_IEM_2024.pdf)

12. Герлян Я.С. Функціонування туристичного сектору державної політики України в умовах війни. Збірник III-ої Міжвузівської науково-практичної конференції аспірантів та молодих вчених «Інноваційно-інвестиційний розвиток національної економіки України (макро- та мікрорівень) в умовах війни» (м.Київ. – 24 грудня 2025 р.). – К.: Університет «Україна», 2025. С. 8-10 (0,1 друк.арк.))[https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni\\_naukovi\\_vidannya/2025/Zbirnik\\_konferentsiya\\_2025.pdf](https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Electronni_naukovi_vidannya/2025/Zbirnik_konferentsiya_2025.pdf)

13. Герлян Я.С. Розвиток інклюзивного туризму в Україні та світі. XXV Міжнародна науково-практична конференція Інклюзивне освітнє середовище: проблеми, перспективи та кращі практики м. Київ, 27 листопада 2025 р С.855-858 (0,2 друк.арк.)) [https://uu.edu.ua/upload/Nauka/IOS/2025/ios\\_25.pdf](https://uu.edu.ua/upload/Nauka/IOS/2025/ios_25.pdf)

**Оцінювання мови та стилю дисертації.** Робота написана державною мовою. Стыль викладення матеріалів в дисертації відповідає вимогам МОН України до дисертаційних робіт на здобуття наукового ступеня доктора філософії, характеризується науковістю, системністю, обґрунтованістю, логічністю та послідовністю, забезпечує доступність їх сприйняття.

**Відповідність дисертаційної роботи вимогам МОН України до дисертацій на здобуття ступеня доктора філософії та спеціальності, за якою вона подається до захисту.** Дисертація Герляна Я.С. на тему «Формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу» (науковий керівник: кандидат технічних наук, Кутліна І.Ю.) є спеціально підготовленою кваліфікаційною науковою працею на правах рукопису, виконана здобувачем особисто, містить наукові положення, нові науково обґрунтовані теоретичні та методичні результати проведених

здобувачем досліджень, які мають істотне значення для галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки».

Дисертацію виконано на високому науковому рівні, її результати мають наукову новизну і практичну значимість. Основні положення дисертації опубліковано в наукових фахових виданнях, апробовано на науково-практичних конференціях. Дисертаційна робота відповідає обраній темі, розкриває її та підтверджує, що здобувачем вирішено поставлені у роботі завдання. За змістом дисертація, її наукові результати та висновки відповідають спеціальності «051 - економіка». За обсягом, структурою та оформленням дисертація відповідає вимогам МОН України, встановленим наказом «Про затвердження вимог до оформлення дисертації» № 40 від 12.01.2017 р.

### **ВИСНОВОК**

Розглянувши публічну презентацію наукових результатів дисертації Герляна Якова Сергійовича на тему: «Формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу», наукові публікації, в яких висвітлені основні наукові здобутки, визначивши особистий внесок здобувача, заслухавши його доповідь і відповіді на запитання на між кафедральному науково-теоретичному семінарі Інституту економіки та менеджменту, вважаємо, що робота виконана з актуальної проблематики, містить оригінальні підходи до розв'язання теоретичних і практичних питань забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу.

Дисертація Герляна Якова Сергійовича на тему: «Формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу» є самостійним, логічно побудованим науковим дослідженням, яке виконано на високому науковому рівні. Отримані у результаті дослідження наукові здобутки характеризуються новизною та мають практичну цінність. Теоретичний базис і використані методи наукового дослідження, апробація результатів дисертації свідчать про достовірність представлених положень та висновків дисертаційної роботи. Всі поставлені в дисертації завдання виконані, положення наукової новизни та висновки дослідження узгоджені між собою. Стиль та мова роботи відповідають науковому професійному рівню, матеріали дослідження викладені логічно та послідовно. Кількість публікацій відповідає існуючим вимогам, а їх зміст відображає основні положення та результати дисертації. Основні положення, висновки та рекомендації в повній мірі висвітлені в публікаціях у наукових фахових виданнях, впроваджені в діяльності туристичних підприємств та використані в освітньому процесі, пройшли апробацію на науково-практичних конференціях.

За актуальністю теми, дослідження, якістю викладення матеріалу, новизною одержаних наукових результатів, їх обґрунтованістю і достовірністю, практичною значимістю рекомендацій і висновків дисертація Герляна Якова Сергійовича на тему: «Формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу», відповідає вимогам, які встановлені Наказом Міністерства освіти і науки України «Про затвердження вимог до оформлення дисертації» № 40 від 12.01.2017 та Порядком присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про

присудження ступеня доктора філософії, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12.01.2022р. Враховуючи вищезазначене та за результатами міжкафедрального науково-теоретичного семінару Інституту економіки та менеджменту, дисертаційна робота рекомендується до захисту на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю «051 - економіка», галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки».

За затвердження висновку проголосували:

«За» - 12

«Проти» - немає

«Утримались» - немає.

Головуючий на засіданні:

директор Інституту економіки та менеджменту,

д.е.н., професор

**Світлана НЕСТЕРЕНКО**

ПІДПИС  
ЗАСВІДЧУЮ

*Світлана Нестеренко*

*Наст. ВОРК*

*С. Землемо*

