

ВИСНОВОК

**Національного університету «Чернігівська політехніка»
про наукову новизну, теоретичне та практичне значення
результатів дисертації Бондаренка Андрія Анатолійовича
на тему: «Управління конкурентоспроможністю компаній в сфері
електронної комерції»**

**поданої на здобуття ступеня доктора філософії
з галузі знань 07 Управління та адміністрування,
за спеціальністю 073 Менеджмент**

1. Актуальність теми дослідження та її зв'язок з науково-дослідними роботами.

Глобальна цифровізація, значна турбулентність ринку, посилення міжнародної конкуренції та трансформація моделей споживчої поведінки – усі ці фактори обумовлюють стан підприємницького середовища, в якому для компаній особливо важливого значення набувають питання управління конкурентоспроможністю. Суттєвим проявом перелічені чинники характеризуються на цифрових ринках, і зокрема у сфері електронної комерції. Електронна комерція у вимірі сьогодення перестала виступати в якості додаткового каналу продажу товарів і послуг, перетворившись на самостійну, динамічну і високотехнологічну сферу економічної діяльності, у межах якої формуються нові бізнес-моделі, апробуються інноваційні цифрові технології, змінюються механізми створення споживчої цінності, посилюється роль даних, алгоритмів і штучного інтелекту, оперують такими концептами, як «клієнтській досвід» і «цифрова довіра».

Сучасний розвиток електронної комерції змінює традиційну логіку конкурентної боротьби. Якщо раніше конкурентоспроможність підприємства значною мірою визначалася ціною, якістю продукції, доступом до ресурсів, масштабами виробництва та ефективністю збутової мережі, то в цифровому середовищі джерела ключових конкурентних переваг формуються у площині управління цифровою взаємодією зі споживачем, ефективності бізнес-процесів, здатності до швидкої адаптації та використання нових технологічних можливостей.

Надзвичайно актуальною зазначена проблематика є для українських e-commerce компаній, які функціонують в умовах воєнних викликів, нестабільності платоспроможного попиту, порушення логістичних ланцюгів, посилення конкуренції з боку глобальних маркетплейсів, високої чутливості споживачів до якості сервісу, а також зростання ризиків цифрової взаємодії. Водночас, саме електронна комерція створює для українського бізнесу нові можливості щодо розширення ринків збуту і масштабування діяльності без пропорційного зростання потреби в ресурсах та витрат. За таких умов управління конкурентоспроможністю компаній в сфері електронної комерції потребує переосмислення як з теоретико-методологічних, так і з прикладних позицій.

Дисертаційна робота виконана в межах планів науково-дослідних робіт Національного університету «Чернігівська політехніка» за такими темами: «Розвиток підприємництва у сфері інфраструктурного забезпечення бізнесу» (№ ДР 0119U103582, 2019-2024 рр.), в межах якої розроблено підходи до формування механізму та моделей конкурентної стратегії компаній на ринку електронної комерції; «Модель повоєнного розвитку кредитних установ на основі штучного інтелекту: кастомізація фінансових послуг та пруденційний нагляд» (номер державної реєстрації №101/24, 2024-2026 рр.), в рамках якої розкрито роль інноваційних цифрових технологій у банківських установах та визначено значення технологій штучного інтелекту для здійснення пруденційного нагляду за діяльністю кредитних установ; а також «Стратегічний розвиток регіонального підприємництва в контексті глобальних трендів та викликів повоєнного відновлення» (№ ДР 0125U000379, 2025-2027 рр.), у межах якої автором обґрунтовано фінансово-економічні засади повоєнного відновлення потенціалоформуючого простору регіонів України на принципах сталого розвитку.

2. Метою дисертаційної роботи є поглиблення теоретико-методичних засад та розроблення науково-прикладних рекомендацій щодо управління конкурентоспроможністю компаній в сфері електронної комерції в умовах глобальної цифровізації, трансформації бізнес-моделей, зростання ролі клієнтоцентричності та зміни споживчої поведінки.

Для досягнення цієї мети в роботі поставлено такі *завдання*:

- поглибити теоретико-методичні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємств та систематизувати наукові підходи до формування конкурентних переваг у цифровій економіці;
- окреслити концептуальні основи формування та розвитку електронної комерції як економічної категорії, визначити її сутність, функції, структуру та організаційно-економічні моделі;
- обґрунтувати зміст цифрової довіри як фактора конкурентоспроможності підприємств на ринку електронної комерції та визначити її роль у формуванні стійких конкурентних переваг;
- проаналізувати стан, масштаби, динаміку та структуру розвитку ринку електронної комерції в Україні та світі;
- дослідити системно-динамічні виміри конкурентоспроможності e-commerce компаній з урахуванням ролі технологічних платформ, цифрової інфраструктури та поведінки споживачів;
- ідентифікувати ключові проблеми, бар'єри та передумови розвитку конкурентних переваг підприємств електронної комерції в Україні;
- запропонувати організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємств електронної комерції в умовах глобальної цифровізації;
- розробити методичний підхід до стратегічної діагностики конкурентоспроможності e-commerce компаній та обґрунтувати прикладні аспекти вибору конкурентної стратегії в умовах глобальної цифровізації ринків;

- сформувати портфель управлінських заходів щодо забезпечення стратегічного зростання конкурентоспроможності компаній у сфері електронної комерції з урахуванням можливостей штучного інтелекту, AI-governance та переходу до моделі автономної e-commerce.

3. Наукові положення, розроблені особисто здобувачем, та їх новизна.

Основні результати дослідження, які становлять його наукову новизну і виносяться на захист, полягають у наступному:

вперше:

– розроблено AI-орієнтований організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності компаній у сфері електронної комерції, який передбачає виділення AI-контур у якості самостійного рівня підтримки та часткової автоматизації управлінських рішень, що взаємодіє з основними бізнес-процесами e-commerce компанії, а також формування модулю AI-governance як інституційного контуру контролю функціонування алгоритмічних систем. Це дозволяє розглядати штучний інтелект не лише як інструмент автоматизації окремих бізнес-процесів, але як контур управління, що забезпечує персоналізацію, адаптивність, швидкість прийняття рішень, підвищення цифрової довіри, формування динамічних конкурентних переваг e-commerce компанії;

удосконалено:

– структурно-системний підхід до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства електронної комерції на відміну від традиційних дефініцій, акцентуючих увагу переважно на ціні, витратах, якості продукту та ринковій частці, розглядає конкурентоспроможність як інтегральну здатність суб'єкта господарювання своєчасно і результативно трансформувати ресурсний потенціал у цифрову цінність, персоналізований клієнтський досвід, довіру, інновації та масштабовану бізнес-модель, що забезпечує досягнення, утримання і посилення конкурентних позицій у високодинамічному цифровому середовищі. Це дозволило у подальшому на основі обґрунтування ключових структурних складових конкурентоспроможності з урахуванням специфіки цифрового середовища сформулювати теоретичну основу для розроблення AI-орієнтованого організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю;

– науковий підхід до систематизації та ідентифікації детермінант і видів конкурентних переваг компаній у цифровій економіці, які згруповані у технологічні, аналітико-інформаційні, бізнес-модельні, клієнторієнтовані диджитал-сервісні, організаційно-динамічні, мережево-екосистемні та довірчо-інституційні переваги. На відміну від існуючих класифікацій, запропонований підхід враховує специфіку електронної комерції як цифрово-платформеного середовища, а також тенденцій глобальної цифровізації. Це дозволило у подальшому використати запропоновану систематизацію як основу для аналізу системно-динамічних вимірів конкурентоспроможності e-commerce компаній, виявлення ключових проблем і бар'єрів їх розвитку, а також для формування

структурної логіки стратегічної діагностики та вибору управлінських заходів щодо посилення конкурентних переваг у сфері електронної комерції;

– теоретико-прикладні положення розуміння цифрової довіри як фактора конкурентоспроможності підприємств електронної комерції, що, на відміну від підходів, де цей концепт розглядається переважно як технічна або кібербезпекова характеристика, визначає її як стратегічний нематеріальний актив, керовану здатність і процесний механізм формування лояльності, зниження транзакційних витрат, підвищення конверсії та зміцнення конкурентних позицій. Це дозволило виокремити цифрову довіру як самостійний функціонально-стратегічний блок діагностики конкурентоспроможності e-commerce компаній, визначити її прикладні компоненти (безпеку, конфіденційність, прозорість, надійність, етичність використання даних та репутаційні сигнали), а також обґрунтувати необхідність управління довірою як наскрізним ланцюгом, що супроводжує весь клієнтський шлях від першого контакту до післяпродажної взаємодії;

– методичний підхід до стратегічної діагностики конкурентоспроможності e-commerce компаній, який, на відміну від традиційних методик оцінювання, передбачає формування системи показників за шістьма функціонально-стратегічними блоками (ринково-конкурентним, клієнтським, цифрово-технологічним, операційно-логістичним, інноваційно-адаптаційним та блоком цифрової довіри й стійкості) та дає можливість не лише ранжувати компанії, а й виявляти стратегічні розриви між окремими блоками розвитку. Це дозволило у подальшому обґрунтувати модель вибору конкурентної стратегії з урахуванням рівня інтегральної конкурентоспроможності та можливостей глобальної цифровізації ринку, а також сформувати портфель управлінських заходів щодо забезпечення стратегічного зростання конкурентоспроможності компаній у сфері електронної комерції, включаючи програму AI-трансформації;

набули подальшого розвитку:

– теоретичні положення щодо електронної комерції як економічної категорії, які поглиблено через поєднання семантичного, функціонального, процесного та системного підходів до її розуміння. Електронну комерцію запропоновано розглядати не лише як акт купівлі-продажу через електронно-комунікаційні засоби, а як комплекс взаємопов'язаних дій, операцій, суб'єктів, мереж і бізнес-процесів, що забезпечують створення, передавання та реалізацію цінності в цифровому середовищі;

– наукові підходи до ідентифікації сучасних форм розвитку електронної комерції, зокрема D2C, соціальної комерції, платформених, маркетплейсових та омніканальних моделей. Подальшого розвитку набуло положення про те, що сучасна електронна комерція наразі набуває ознак екосистеми, що формується у взаємодії виробників, продавців, споживачів, логістичних операторів, фінансових сервісів, соціальних платформ і цифрових посередників;

– аналітичні положення щодо оцінювання стану та тенденцій розвитку ринку електронної комерції України, які поглиблено з урахуванням особливостей цифрових ринків через поєднання аналізу ринкових масштабів, інтернет-

проникнення, логістичної інфраструктури, онлайн-платежів, структури провідних учасників, концентрації ринку, цифрової поведінки споживачів і бар'єрів розвитку. Дослідження виявило як загальні бар'єри формування конкурентних переваг (структурна асиметрія ринку, недосконалість інституційного середовища, логістично-операційні та фінансово-інвестиційні обмеження), так і специфічні (обмежений доступ до якісної цифрової аудиторії, недостатній рівень цифрової довіри, кадрово-компетентнісний дефіцит);

– науково-прикладний підхід до вибору конкурентної стратегії e-commerce компанії, який розвинуто через побудову двовимірної матриці за критеріями рівня інтегральної конкурентоспроможності компанії та рівня привабливості можливостей глобальної цифровізації ринку. Це дозволило виокремити дев'ять альтернативних стратегічних зон – від стабілізації та зниження вразливості до цифрового лідерства й глобальної експансії, а також забезпечити перехід від діагностики до обґрунтованого управлінського рішення;

– наукові положення щодо AI-трансформації з подальшим переходом до автономної e-commerce як перспективної моделі стратегічного розвитку компаній електронної комерції, які поглиблено через обґрунтування функціоналу AI-контур, AI-governance, AI-агентів, прогностичної аналітики, персоналізованих рекомендацій, динамічного ціноутворення, автоматизації маркетингу, оптимізації логістики та інтелектуального управління клієнтським досвідом. На відміну від підходів, у яких штучний інтелект розглядається переважно як інструмент операційної автоматизації, у даному дослідженні автономну e-commerce запропоновано трактувати як якісно новий рівень цифрової зрілості компанії, за якого частина управлінських, маркетингових, операційних і сервісних функцій делегується інтелектуальним алгоритмічним системам за умови збереження AI-governance, етичного контролю, кібербезпеки та цифрової довіри.

4. Обґрунтованість та достовірність наукових положень, висновків рекомендацій підтверджується положеннями наукових праць вітчизняних, зарубіжних учених з проблем управління конкурентоспроможністю компаній в сфері електронної комерції в умовах глобальної діджиталізації. Обґрунтованість одержаних результатів дослідження досягнуто через застосування загальнонаукових прийомів та спеціальних методів дослідження, зокрема: тематичний контент-аналіз, ретроспективний аналіз, системний та синергетичний підходи, компаративний метод, структурно-функціональний аналіз, аналітико-статистичні та матричний методи, методи трендового та порівняльного аналізу, методи структурного аналізу, нормалізації показників, інтегрального оцінювання тощо.

Інформаційну базу дослідження сформовано за рахунок нормативно-правових та законодавчих актів України, наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, статистичних даних, звітів іноземних організацій, інформаційних ресурсів Інтернету, а також власних досліджень та розрахунків автора.

5. Теоретичне та практичне значення результатів дисертаційного дослідження полягає в доведенні основних теоретичних і методичних

положень дисертаційної роботи до рівня прикладних рекомендацій, аналітичних інструментів і управлінських рішень, які можуть бути використані компаніями у сфері електронної комерції для оцінювання, формування та посилення їх конкурентоспроможності в умовах глобальної цифровізації ринків.

Запропоновані в дисертації положення мають прикладне значення для підприємств електронної комерції, маркетплейсів, омніканальних ритейлерів, цифрових платформ, логістичних і платіжних сервісів, а також компаній, які здійснюють або планують цифрову трансформацію власних каналів продажу. Практична цінність результатів полягає в можливості використання розробленого організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю e-commerce компаній для узгодження стратегічних цілей, цифрових ресурсів, клієнтського досвіду, інноваційних інструментів, цифрової довіри, аналітики даних і технологій штучного інтелекту в єдину систему управлінського впливу.

Результати дисертаційного дослідження стали основою для впровадження та практичного використання у діяльності: Департаменту економічного розвитку Чернігівської обласної військової адміністрації: враховано теоретико-методичні положення щодо управління конкурентоспроможністю компаній у сфері електронної комерції, результати аналізу сучасного стану розвитку e-commerce, методичний підхід до оцінювання рівня конкурентоспроможності компаній з урахуванням показників цифрової зрілості, стратегічної гнучкості та інноваційної активності, а також рекомендації щодо цифрової трансформації бізнес-процесів, розвитку онлайн-маркетингу й інтеграції підприємств у національні та міжнародні електронні торговельні платформи при обґрунтуванні управлінських рішень у сфері підтримки підприємництва, малого і середнього бізнесу та стимулювання експорту в умовах цифровізації економіки (№ 01.01-20/260 від 10.02.2026 р.); ТОВ «Торговий дім “ВІАТ”»: використано положення щодо управління конкурентоспроможністю компаній у сфері електронної комерції, авторське трактування конкурентоспроможності e-commerce підприємства, групування конкурентних переваг компаній електронної комерції, положення щодо цифрової довіри та ланцюга цифрової довіри, організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємств електронної комерції, а також рекомендації щодо використання штучного інтелекту як аналітико-управлінського контуру підтримки рішень для удосконалення процесів електронних продажів, цифрового маркетингу, клієнтської аналітики, персоналізації торговельних пропозицій, прогнозування попиту, оптимізації цифрового контенту та розвитку цифрової моделі торговельної діяльності компанії (№ 60 від 27.02.2026 р.); Чернігівською Регіональною Торгово-промисловою палатою: використано теоретико-методичні положення щодо формування механізму управління конкурентоспроможністю компаній в умовах цифрової економіки, методичний підхід до оцінювання конкурентних позицій підприємств електронної комерції на основі інтегрального індексу цифрової зрілості та стратегічної гнучкості, а також рекомендації з цифрової

трансформації бізнес-процесів, цифрового маркетингу, оптимізації логістичних ланцюгів і розвитку експорту через онлайн-канали під час підготовки аналітичних матеріалів, консультацій і рекомендацій для регіональних підприємств-членів Палати, що здійснюють діяльність у сфері електронної комерції, онлайн-торгівлі, маркетплейсів та цифрового експорту (№183/01 від 12.11.2025 р.); Національного університету «Чернігівська політехніка»: використано у навчальному процесі кафедри підприємництва і торгівлі при розробці методичних матеріалів, а також під час проведення лекційних і практичних занять з навчальних дисциплін «Електронна комерція», «Управління конкурентоспроможністю» та «Торговельне підприємництво» (№ 202/08-762 від 29.04.2026 р.).

6. Апробація результатів дослідження. Ключові положення та наукові результати, отримані у процесі дослідження, було оприлюднено на 6 всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях, у тому числі: XXIII Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток підприємництва як фактор зростання національної економіки» (м.Київ, Україна, 26 листопада 2025 року); Міжнародній науково-практичній конференції “Science, Education, and Social Practice: Interdisciplinary Research and Development Perspectives” (Чикаго, США, 31 січня 2026); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку економіки: глобалізація та регіоналізація» (м. Одеса, Україна, 6 лютого 2026 р.); XXI Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні вектори розвитку міжнародних економічних відносин» (м. Харків, Україна, 26 лютого 2026 року); VII Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти» (до 55-річчя створення кафедри обліку і оподаткування ЛНУВМБ) (Львів, Україна, 25-26 березня 2026 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Наука та освіта як основа суспільного розвитку» (м. Житомир, 16 квітня 2026 р.).

7. Повнота викладення основних наукових результатів дисертації в публікаціях та особистий внесок у них автора. Основні результати дисертаційної роботи опубліковано в 12 наукових працях, серед яких: 1 стаття в іноземному науковому виданні, що входить до міжнародної наукометричної бази Web of Science; 5 статей у наукових фахових виданнях України, що входять до міжнародних наукометричних баз даних; 6 праць апробаційного характеру. Загальний обсяг публікацій – 7,7 друк. арк.; особисто автору належить – 4,51 друк. арк.

Статті в іноземних наукових виданнях:

1. Ivanova, N., Krylov D., Ivanets, S., Kharchenko, Y., Povna, S., & **Bondarenko, A.** (2024) Digital Technologies and Project Management as the Basis of Competitiveness of the Distance Business Education. *Revista De La Universidad Del Zulia*, 15(42), 466-490. DOI: <https://doi.org/10.46925//rdluz.42.26> (1,6 ум. друк. арк.). *Особистий внесок:* проаналізовано підходи до формування конкурентних переваг підприємства та зазначено чинники впливу диджиталізації, а також

використання цифрових технологій у аспекті забезпечення конкурентоспроможності (0,25 ум. друк. арк.).

Статті в наукових фахових виданнях та виданнях, внесених до наукометричних баз даних:

2. Іванова Н., **Бондаренко А.** Інноваційні підходи до управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств у сфері e-commerce. *Проблеми і перспективи економіки та управління*, 2023. №3(35), 71-81. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3\(35\)-71-81](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3(35)-71-81). (0,85 ум. друк. арк.). *Особистий внесок*: проаналізовано підходи до визначення сутності конкурентоспроможності; обґрунтовано фактори впливу та роль інноваційних цифрових рішень на конкурентоспроможність (0,75 ум. друк. арк.).

3. Холявко Н. І., Кононенко С. О., **Бондаренко А. А.** Роль технології штучного інтелекту для здійснення пруденційного нагляду за діяльністю кредитних установ. *Проблеми економіки*. 2024. №3. С. 276–282. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2024-3-276-282>. (0,96 ум. друк. арк.). *Особистий внесок*: систематизовано наукові підходи до визначення сутності штучного інтелекту (AI); обґрунтовано напрями застосування AI-інструментів для моніторингу ризиків, автоматизації наглядових процесів, підвищення прозорості, підтримки фінансової стабільності та забезпечення гнучкості регуляторних підходів в умовах зовнішніх шоків (0,32 ум. друк. арк.).

4. Повна С. В., **Бондаренко А. А.** Електронна комерція як інструмент подолання системних криз розвитку підприємств у сучасних умовах господарювання. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2024. № 3(39) С. 109–120. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-3\(39\)-109-120](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-3(39)-109-120). (1,0 ум. друк. арк.). *Особистий внесок*: проаналізовано потенціал електронної комерції як інструменту подолання системних криз розвитку підприємств; обґрунтовано роль електронної комерції у трансформації стратегічного управління підприємствами в умовах війни (0,78 ум. друк. арк.).

5. Холявко Н. І., **Бондаренко А. А.** Штучний інтелект у діяльності НБУ при здійсненні пруденційного нагляду в умовах макроекономічної нестабільності. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. №3(43). С. 299-309. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3\(43\)-299-309](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3(43)-299-309). (1,07 ум. друк. арк.). *Особистий внесок*: проаналізовано теоретико-методологічні засади застосування штучного інтелекту в діяльності регулятора; досліджено напрями використання AI у процесах пруденційного нагляду; систематизовано сучасні тенденції та ризики використання AI в роботі НБУ (0,65 ум. друк. арк.).

6. Іванова Н., **Бондаренко А.** Роль інфраструктури ринку фінансових послуг у формуванні цифрової довіри як фактора конкурентоспроможності підприємств електронної комерції. *Проблеми і перспективи економіки та управління*, 2026. №1(45), 247-257. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2026-1\(45\)-247-257](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2026-1(45)-247-257). (1,15 ум. друк. арк.). *Особистий внесок*: узагальнено наукові підходи до визначення сутності цифрової довіри; обґрунтовано її роль як фактора конкурентоспроможності e-commerce підприємств; розкрито процесний підхід до управління цифровою довірою через ланцюг цифрової

довіри та визначено напрями її трансформації у конкурентні переваги (0,8 ум. друк. арк.).

Опубліковані праці апробаційного характеру:

7. Бондаренко А.А. Сутність, функції та базові складові електронної комерції в умовах цифрової трансформації. *Розвиток підприємництва як фактор зростання національної економіки: Матеріали XXIII Міжнародної науково-практичної конференції 26 листопада 2025 року.* – Київ: ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2025. С. 25-26 (0,15 ум. друк. арк.)

8. Ivanova, N., **Bondarenko, A.** Global Trends in the Evolution of E-Commerce. *International Scientific and Practical Conference “Science, Education, and Social Practice: Interdisciplinary Research and Development Perspectives”:* Conference Proceedings (Chicago, USA, January 31, 2026). Chicago, USA: Golden Quill Publishing, 2026. P. 39-43 (0,20 ум. друк. арк.). *Особистий внесок:* проаналізовано глобальні тенденції розвитку електронної комерції; охарактеризовано масштаби та динаміку світового ринку e-commerce (0,15 ум. друк. арк.)

9. Іванова Н.В., **Бондаренко А.А.** Соціальна комерція як напрям підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері e-commerce. *Сучасні тенденції розвитку економіки: глобалізація та регіоналізація: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 6 лютого 2026 р.)* / відп. за випуск д.е.н., проф. С. О. Якубовський. – Львів : Liha-Press, 2026. С. 120-123 (0,20 ум. друк. арк.). *Особистий внесок:* проаналізовано сутність соціальної комерції як перспективного напрямку розвитку e-commerce; визначено чинники її впливу на конкурентоспроможність підприємств (0,15 ум. друк. арк.)

10. Бондаренко А. Тенденції електронної комерції в контексті розвитку міжнародного підприємництва в умовах глобальної фрагментації. Сучасні вектори розвитку міжнародних економічних відносин. *Матеріали XXI-ї всеукраїнської науково-практичної конференції (26 лютого 2026 року, м. Харків, Україна) [Електронний ресурс].* - Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2026. С 194-198 (0,22 ум. друк. арк.)

11. Бондаренко А. Роль контуру штучного інтелекту в механізмі забезпечення конкурентоспроможності підприємств електронної комерції. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти (до 55-річчя створення кафедри обліку і оподаткування) : матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 25-26 березня 2026 р.* Львів: ЛНУВМБ імені С. З. Гжицького, 2026. С.402-404 (0,20 ум. друк. арк.)

12. Кононенко С., **Бондаренко А.** Трансформація українського ринку електронної комерції в умовах війни. *Наука та освіта як основа суспільного розвитку: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції / Міжнародний гуманітарний дослідницький центр (м. Житомир, 16 квітня 2026 р.).* Research Europe, 2026. – С. 138-141. (0,18 ум. друк. арк.). *Особистий внесок:* досліджено динаміку користувачької бази e-commerce, узагальнено структуру трафіку провідних платформ України; обґрунтовано значення

цифрової інфраструктури (0,1 ум. друк. арк.).

8. Загальний висновок

Дисертаційна робота Бондаренка Андрія Анатолійовича на тему «Управління конкурентоспроможністю підприємств в сфері електронної комерції» є оригінальним, самостійним, завершеним науковим дослідженням, що стосується актуальної проблематики і містить оригінальні підходи до розв'язання теоретичних та практичних завдань щодо управління конкурентоспроможністю підприємств в сфері електронної комерції з урахуванням глобального тренду цифровізації.

Основні положення, висновки та рекомендації дисертації містять елементи наукової новизни, є повністю обґрунтованими та аргументованими, а також отримали необхідну апробацію на науково-практичних конференціях. У публікаціях здобувача знайшли відображення всі положення дисертаційної роботи.

Зміст дисертації відповідає визначеній меті, поставлені здобувачем наукові завдання вирішені повною мірою, мету дослідження досягнуто. Роботу виконано державною мовою.


За актуальністю, ступенем новизни, обґрунтованістю, науковою та практичною цінністю здобутих результатів дисертація Бондаренка А.А. відповідає спеціальності 073 Менеджмент та вимогам «Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах)», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 року № 261 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 19 травня 2023 р. № 502), наукові публікації здобувача відповідають пункту 8 постанови Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року № 44 «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії».

Дисертація Бондаренка А. А. на тему «Управління конкурентоспроможністю підприємств в сфері електронної комерції» може бути рекомендована до захисту у разовій спеціалізованій вченій раді.

Головуюча
д. держ. упр., проф.
«13» травня 2026 р.

 Ольга РУДЕНКО




Ольга Руденко
05 2026 р.