

ЗАТВЕРДЖУЮ

Перший проректор
Харківського національного
економічного університету
імені Семе́на Кузне́ця
Василь ОТВІНКО

“ 3 ” 20 р.

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів докторської дисертації Ястремської Олеси Олександрівни на тему «Стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень», яка представлена на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Рецензенти у складі доктора економічних наук, професора Гаврильченко О. В., доктора економічних наук, доцента Грузіної І.А., доктора економічних наук, доцента Другової О. С., призначені рішенням вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семе́на Кузне́ця (протокол № 4 від 27.08.2025 р.) для проведення попередньої експертизи докторської дисертації на тему «Стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень», виконаної Ястремською Олесею Олександрівною на здобуття ступеня доктора економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), за результатами фахового семінару, що відбувся на розширеному засіданні кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ХНЕУ ім. С. Кузнеця (протокол №3 від 04.09.2025 р.), та результатів розгляду докторської дисертації та наукових публікацій, в яких висвітлені основні наукові результати докторської дисертації Ястремської О.О., дійшли висновку про таке.

1. Актуальність теми дослідження Ястремської О.О. обумовлена її спрямованістю на вирішення комплексу питань з проблеми стратегування розвитку підприємств на основі врахування особливостей сучасної моделі економічних відносин – економіки вражень, як однієї з перспективних, і такої, яку використовують розвинуті країни для зростання економічної ефективності підприємств, та застосувати її раціональні й емоційні переваги у життєдіяльності підприємств України в умовах сучасних реалій, що характеризуються воєнними викликами, прагненнями до повоєнного відновлення з урахуванням переважних тенденцій – цифрової трансформації, соціалізації, консюмерізації. Обрана тема докторської дисертації відповідає планам наукових досліджень Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, в яких здобувачка була

безпосередньою виконавицею окремих розділів, відповідальним виконавцем та керівником науково-дослідних тем, працюючи за сумісництвом на наукових посадах. За госпдоговірною науково-дослідною темою «Інноваційний розвиток підприємства в умовах воєнного та повоєнного часу» (номер державної реєстрації 0124U004317), в якості відповідального виконавця автором було запропоновано визначення атрактивності підприємств для їх інноваційного розвитку в умовах економіки вражень; за госпдоговірною науково-дослідною темою «Методологічні засади стратегування розвитку підприємства в умовах війни та повоєнного відновлення» (номер державної реєстрації 0124U003506) автором здійснено хронологічне узагальнення сутності і розвитку процесу стратегування діяльності підприємств, обґрунтовано зміст етапів стратегування інноваційного розвитку підприємств та їх особливості за моделлю економіки вражень; за госпдоговірною науково-дослідною темою «Управління функціональними сферами діяльності підприємства» (номер державної реєстрації 0123U102549) автором в якості керівника розроблено пропозиції з управління інвестуванням у персонал підприємства в процесі інноваційної діяльності, запропоновано стратегії розвитку підприємства; за держбюджетною фундаментальною науково-дослідною роботою за темою «Забезпечення інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки в умовах воєнного та повоєнного стану» (номер державної реєстрації 0123U102012) автором було визначено основні пріоритетні характеристики інноваційного розвитку економіки України, обґрунтовано доцільність використання моделі економіки вражень як найбільш перспективної для розвитку підприємств в сучасних умовах; за госпдоговірною науково-дослідною темою «Управління ефективністю діяльності суб'єкта господарювання» (номер державної реєстрації 0120U104234) автором в якості відповідального виконавця розроблено методичний підхід до визначення економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання за суб'єктивною емоційною складовою; за госпдоговірною науково-дослідною темою «Управління інвестиційною, інноваційною та логістичною діяльністю підприємства» (номер державної реєстрації 0114U006413) автором було визначено напрями та об'єкти інвестування в інноваційний розвиток суб'єктів господарювання.

2. Дисертація Ястремської О.О. містить наукові положення та нові науково обґрунтовані результати, що мають практичну та теоретичну цінність та підтверджуються документами, які засвідчують проведення досліджень здобувачкою. Найбільш суттєвими науковими результатами, отриманими особисто здобувачкою і поданими на захист є такі.

Вперше обґрунтовано понятійно-категоріальний апарат економічних відносин економіки вражень та процесу стратегування у їх симбіозі (за видом мутуалізму) на основі аналізу світової публікаційної активності досліджень у наукометричних базах Scopus і Web of Science; запропонований понятійно-категоріальний апарат доцільно використовувати на всіх економічних рівнях в

процесі ухвалення управлінських рішень з обґрунтування стратегій розвитку суб'єктів господарювання у їх сучасному нелінійному і нестабільному внутрішньому і зовнішньому середовищах. Результат опубліковано у 1 статті у науковому фаховому виданні категорії Б та 1 статті у зарубіжному науковому виданні:

1. Iastremska O. Substantiation of the conceptual and categorical apparatus of the symbiosis of the experience economy and strategizing. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2024. Volume 9. № 4. P. 92 – 103. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-4-14>. (1,57 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus, Research Bible та ін.);

2. Iastremska O., Bielikova N., Kozlova I., Herashchenko I. Strategic Management of Innovative Development of Enterprises According to the Experience Economy Model: A Review. *Futurity Economics&Law*. 2024. Vol. 4. Issue 3. P. 158–176. (Poland). DOI: <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.09.25.10>. E-ISSN: 2956-4476. (1,58 д.а. / 0,39 д.а.) (зарубіжне наукове видання, Index Copernicus).

Вперше згенеровано парадигму стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, яка базується на існуючих й обґрунтованих гіпотезах і суперечностях, її положення і характеристики, функції, загальні та спеціальні принципи, що мають як теоретичне, так і практичне значення для формування і вибору стратегій розвитку підприємств. Результат опубліковано у 2 статтях у наукових фахових виданнях категорії Б та 1 статті у зарубіжному науковому виданні:

1. Ястремська О.О. Методологія стратегування розвитку підприємств за моделлю економічних відносин економіки вражень. *Проблеми економіки*. 2025. №1. С. 269 – 280. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2025-1-269-280> (1,28 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

2. Ястремська О.О. Основні тенденції і суперечності стратегування розвитку підприємств. *ГРААЛЬ НАУКИ : Міжнар. наук. журнал*. – Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа»; НУ«Інститут науково-технічної інтеграції та співпраці», 2025. – No 55. – 790 с. – С. 111 – 117 DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.08.2025.011> (0,48 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

3. Iastremska O., Bielikova N., Kozlova I., Herashchenko I. Strategic Management of Innovative Development of Enterprises According to the Experience Economy Model: A Review. *Futurity Economics&Law*. 2024. Vol. 4. Issue 3. P. 158 – 176. (Poland). DOI: <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.09.25.10>. (1,58 д.а. / 0,39 д.а.) (зарубіжне наукове видання, Index Copernicus).

Вперше обґрунтовано і розроблено науково-методологічний підхід до стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень з урахуванням сучасних воєнних викликів та стратегічних пасток, що полягає у комплексному поетапному використанні основних підходів: ресурсного, ключових факторів

успіху, динамічних компетентностей за уточненими методами їх використання. Результат опубліковано у 1 статті у науковому фаховому виданні категорії Б, 3 статтях у наукових виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах Scopus та Web of Science, та 2 статтях у зарубіжних наукових виданнях:

1. Ястремська О. О. Формування стратегій життєдіяльності підприємств з урахуванням особливостей моделі економіки вражень. *Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми*. 2025. № 3. DOI: <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.3.10> (0,80 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Scilit, Lockss, ISSN);

2. Iastremska O., Rudych A., Bumane I., Hazukin A., Zdolnyk V., Kukhta P. Management of innovative development of enterprises in the conditions of digitalization: strategy modeling. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2024. Issue 2. P. 194 – 200. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2024-2/194>. ISSN: 2071-2227. (1,2 д.а. / 0,2 д.а.) (Scopus Q3);

3. Olesia Iastremska, Olha Bieliukova, Oksana Bondar-Pidhurska, Volodymyr Skakun, Vira Ruban, Sviatoslav Khimich. Financing innovative-strategic development of enterprises in the context of the experience economy. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2025. Volume 2 (61). P. 430 – 442. (1,0/0,168 д.а.). DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.61.2025.4616> (Web of Science, Scopus Q4);

4. Olesia Iastremska, Maryna Martynenko, Yevgeniy Goryuk, Hanna Demchenko, Mykyta Budreiko The Impact of the Experience Economy on the Sustainable Development Strategy of Companies in the European Union and Great Britain. *PROBLEMY EKOROZWOJU / PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. 2025. № 20 (2). P. 213-222. DOI: <https://doi.org/10.35784/preko.6963> e-ISSN: 2080-1971. (1,1/0,22 д.а.) (Web of Science, Scopus Q3);

5. Iastremska O., Bielikova N., Kozlova I., Herashchenko I. Strategic Management of Innovative Development of Enterprises According to the Experience Economy Model: A Review. *Futurity Economics&Law*. 2024. Vol. 4. Issue 3. P. 158–176. (Poland). DOI: <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.09.25.10>. e-ISSN: 2956-4476. (1,58 д.а. / 0,39 д.а.). (зарубіжне наукове видання, Index Copernicus);

6. Iastremska O., Tryfonova O., Mantaliuk O., Baranets H. The impact of strategic decisions on the future development of organisations and economic dynamics. *Futurity Economics&Law*. 2023. Vol. 3. Issue 4. P. 117 – 134. DOI: <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.12.25.08> e-ISSN: 2956-4476. (1,34 д.а. / 0,31 д.а.) (зарубіжне наукове видання, Index Copernicus).

Вперше запропоновано й обґрунтовано використання системи часткових та інтегральних показників видів вражень у розробленому методичному підході визначення репутації підприємства як емоційної складової формування стратегій його розвитку в умовах економіки вражень; загальний інтегральний показник репутації розподілено на якісно-кількісні рівні методом золотого перетину за функцією розвитку властивостей. Результат опубліковано у 1 статті у науковому

фаховому видання категорії Б та 3 матеріалах міжнародних науково-практичних конференцій:

1. Iastremska O. Impressions as a theoretical and practical basis for the enterprise reputation. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2025. Том 10. № 3. С. 155 – 159. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-3-30> (0,98 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus, Research Bible та ін.);

2. Ястремська О. Види вражень та їх вимірювання як результату діяльності підприємства. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України*: зб. тез доповідей II Міжнародної наук.-практ. конф. (26-27 листопада 2024 року, м. Харків). Частина 1. – Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2024. 680 с. – С. 24 – 31. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/34722> (0,55 д.а.);

3. Ястремська О.О. Оцінювання репутації підприємства як результату емоційних вражень. *Інновації та науковий потенціал світу: збірник наукових праць з матеріалами VI Міжнародної наукової конференції*, м. Рівне, 18 квітня, 2025 р. – Міжнародний центр наукових досліджень. – Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп, 2025. – 304 с. С. 46 – 54. ISBN 978-617-8440-69-5 DOI: <https://doi.org/10.62731/mcnd-18.04.2025> (0,48 д.а.);

4. Ястремська О. Репутаційний менеджмент підприємства: важливість та методи застосування. *Modern Science, Economy and Digital Innovation: Collection of Scientific Papers "International Scientific Unity" with Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference*. January 29-31, 2025. Bucharest, Romania. 202 p. –P. 101 – 106. ISBN 979-8-89704-986-8 (series). DOI: <https://doi.org/10.70286/isu-29.01.2025> (0,37 д.а.).

Удосконалено визначення і розподіл етапів хронології процесу стратегічного управління з виділенням стратегування, особливості яких полягає в урахуванні додаткових теоретичних здобутків і практичного використання стратегування у відповідності з реаліями і особливостями взаємодії внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємств, зміною методів управління, об'єднанням раціонального й емоційного підґрунтя на кожному з виділених етапів, що дозволяє виокремити й ідентифікувати стратегування в теорії і практиці процесу стратегічного управління для його коректного використання у практичній діяльності підприємств та для уточнення теоретичних положень. Результат опубліковано в 1 статті у науковому фаховому виданні категорії Б:

1. Iastremska O. Genesis of the Concept and Process of Strategizing at Enterprises. *Проблеми економіки* № 4 (58), 2023. С. 165 – 174. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-4-165-174>. (1,22 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.).

Удосконалено визначення понять: «розвиток», відмінність якого полягає в урахуванні рушійних сил, мети, природи, терміну і спрямованості траєкторії зміни стану об'єкта розвитку; «інноваційний розвиток», що відрізняється врахуванням

об'єктивної сутності інновацій за їх головними видами, у всіх сферах та на всіх рівнях життєдіяльності економічних систем; класифікацію видів розвитку за додатковими ознаками: «рушійними силами перебігу», «спрямованістю змін». Результат оприлюднено у 4 статтях у наукових фахових виданнях-категорії Б та 1 статті у науковому виданні, що індексується у міжнародній наукометричній базі Scopus:

1. Ястремська О.О. Основні тенденції і суперечності стратегування розвитку підприємств. *ГРААЛЬ НАУКИ : Міжнар. наук. журнал.* – Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа»; НУ«Інститут науково-технічної інтеграції та співпраці», 2025. – № 55. – 790 с. С. 111 – 117. (0,48 д.а.) DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.08.2025.011> (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus);

2. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Управління розвитком підприємств: уточнення теоретичних положень. *Проблеми економіки.* 2020. №1 (43). С. 214 – 226. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-214-226>. (1,0 д.а./0,5 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

3. Iastremska O. M., Malyarets L. M., Iastremska O. O., Barannik I. O. Modern defining characteristics of innovative development of the Ukrainian economy: theoretical and practical aspects. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries.* 2023. № 3 (25). P. 148 – 162. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2023.25.148>. (1,2 д.а./ 0,3 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

4. Ястремська О. О. Формування стратегій життєдіяльності підприємств з урахуванням особливостей моделі економіки вражень. *Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми.* 2025. № 3. DOI: <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.3.10>. (0,80 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Scilit, Lockss, ISSN);

5. Malyarets Ludmila, Iastremska Olena, Barannik Igor, Iastremska Olesia, Larina Kateryna. Assessment of structural changes in stable development of the country. *Economics of Development.* 2024. Volume 23. Issue 2. P. 8 – 16. DOI: <https://doi.org/10.57111/econ/2.2024.08> ISSN: 1683-1942 (1,55 д.а. / 0,31 д.а.) (Scopus Q4).

Удосконалено методологію визначення переважних чутливих показників взаємного впливу сучасних внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємств, особливості якої полягають в урахуванні характерних рис функціонування середовищ як VUCA і BANI світів з уточненням відповідних систем часткових та інтегральних показників для ухвалення управлінських рішень з формування відповідей на виклики нелінійності й мінливості їх перебігу при коригуванні стратегічних траєкторій розвитку підприємств за моделлю економіки вражень. Результат оприлюднено у 1 розділі колективної монографії, 2 статтях у наукових фахових виданнях категорії Б, 1 статті у науковому виданні, що індексується у

міжнародній наукометричній базі Web of Science та 1 статті у науковому виданні, що індексується у міжнародній наукометричній базі Scopus:

1. Ponomarenko V., Iastremska O. Determining the impact of VUCA-world and BANI-world on the activities of enterprises in the experience economy. Decision support systems in project and program management, [Text]: Collective monograph edited by I. Linde. European University Press. Riga: ISMA, 2024. 256 p. – P. 212 – 255. ISBN 978-9984-891-33-0. DOI: <https://doi.org/10.30837/MMP.2024.212>. (2,08 д.а. / 1,5 д.а.) (розділ колективної монографії);

2. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Поняття економічної стійкості підприємства та її кількісне оцінювання. *Бізнес Інформ*. 2020. №11. С. 220 – 230. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-220-230> . (1,16 д.а./0,58 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

3. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Капіталізація підприємств: теоретичний і практичний аспекти стану та процесу розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021. № 10. С. 273 – 283. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-273-283> (1,02 д.а./0,50 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

4. Iastremska O. M., Strokovych H. V., Iastremska O. O., Kumar A. The targeted complex programme of investment and innovation development of enterprises: suggestions for forming and implementing activities. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. Issue 2. No 33. 2020. P. 283 – 294. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i33.206867>. ISSN (online): 2310-8770. (1,01 д.а./0,25 д.а. Особистий внесок автора: методологія формування цільової комплексної програми інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств) (Web of Science).

5. Haber Józef Antoni, Bukhtiarova Alina, Chorna Svitlana, Iastremska Olesia, Bolgar Tetiana. Forecasting the level of financial security of the country (on the example of Ukraine). *Investment Management and Financial Innovations*. 2018. Volume 15. Issue 3. P. 304 – 317. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.15\(3\).2018.25](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.15(3).2018.25). ISSN: 18104967 (1,3 д.а./0,3 д.а. Особистий внесок автора: значення фінансової безпеки для розвитку зовнішнього середовища підприємств в сучасних умовах) (Scopus).

Удосконалено методичний підхід до визначення стратегій переговорів як основи інформаційно-комунікаційного форсайту в умовах економіки вражень, особливність якого полягає в позиціонуванні стратегій переговорів за результатами експертного опитування за унікальною послідовністю їх рейтингування в залежності від якісних рівнів атрактивності та репутації підприємств. Результат опубліковано в 2 статтях у наукових фахових виданнях категорії Б та 3 матеріалах міжнародних науково-практичних конференцій:

1. Ястремська О.О. Використання інформаційно-комунікаційного та організаційного форсайтів в процесі стратегування підприємства. *Економіка та суспільство*. 2025. № 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-83> (0,98 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus; Google Sholar; CiteFactor; Eurasian Scientific Journal Index (ESJI);

2. Лисиця Н.М., Ястремська О.О., Вдовічена О.Г. Стратегії ведення ділових переговорів в українському бізнес-середовищі. *Актуальні питання у сучасній науці. Серія «Економіка»*. 2023. № 9(15). С. 74 – 82. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-9\(15\)-74-82](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-9(15)-74-82) (0,6 д.а./0,2 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus, Research Bible);

3. Ястремська О.О. Стратегії переговорів підприємства з партнерами з урахуванням особливостей економіки вражень. *Економіка, управління та фінансові механізми в умовах глобальної нестабільності : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Київ, 18-19 квітня 2025 р.). – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2025. – 216 с. – С. 168 – 172. ISBN 978-966-397-484-2. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-484-2-37> (0,25 д.а.);

4. Iastremska O. Types of brands and their strategies in the context of forming rational and emotional impressions. *Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ»*, (March 31, 2023; Zurich, Switzerland). P. 22 – 24. ISBN: 978-617-8126-16-2. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-31.03.2023.04>. (0,28 д.а.);

5. Iastremska O., Iastremska O., T. Sigaieva T. Importance of the enterprise's brand and image for implementation of its activity. *Proceedings of the International Congress on Business and Marketing*, 2018, Maltepe University, Istanbul, 29.11.2018-01.12.2018. – P. 135 – 139. ISBN 978-605-2124-09-03. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/35782> (0,35 д.а. / 0,11 д.а.).

Удосконалено методичний підхід організаційного форсайту до вибору Agile технологій в процесі стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень, відмінність якого полягає у використанні рейтингованих Agile технологій, визначених експертними методами в залежності від якісних рівнів раціональних і емоційних вражень про результати господарювання та можливості підприємств. Результат оприлюднено у 3 статтях у наукових фахових виданнях категорії Б та 2 матеріалах міжнародних науково-практичних конференцій:

1. Пономаренко В. С., Ястремська О. О. Теоретичні засади організації форсайту в економічних дослідженнях формування стратегій розвитку. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2025. Том 10. № 1. С. 203 – 215. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-1-34>. (1,5 д.а./0,75 д.а., Особистий внесок: аналіз визначень форсайту, його значення для формування стратегій, особливості використання методів форсайту на підприємствах для їх розвитку). (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus, Research Bible та ін.);

2. Ястремська О.О. Використання інформаційно-комунікаційного та організаційного форсайтів в процесі стратегування підприємства. *Економіка та суспільство*. 2025. № 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-83>. (0,98 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus; Google Scholar; CiteFactor, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI);

3. Ястремська О.О. Використання підприємством AGILE методології в стратегуванні в умовах економіки вражень. *Ефективна економіка*. 2025. №4. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.4.47> (0,72 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus; Google Scholar; Crossref);

4. Ястремська О.О. Використання форсайтингу в умовах економіки вражень. *ГРААЛЬ НАУКИ : міжнар. наук. журнал. За матеріалами: VII Міжнародної науково-практичної конференції «Наука про постіндустріальне суспільство: глобалізаційні та трансформаційні процеси»* (05.07.2024). – Вінниця - Відень: ГО «Європейська наукова платформа» » (Вінниця, Україна); ТОВ «International Centre Corporate Management» (Відень, Австрія), 2024. No 41. 352 с. ISSN: 2710–3056. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.05.07.2024.003>. (0,2 д.а.) (Index Copernicus);

5. Iastremska O.M, Iastremska O.O. Theoretical provisions of formation and functioning of international integrated business structures and management of their activities. *Multidisciplinary academic research, innovation and results. Proceedings of the XXII International Scientific and Practical Conference*. Prague, Czech Republic. 07-10 June 2022 Pp. 310-319 URL: <https://isg-konf.com/multidisciplinary-academic-research-innovation-and-results-two/>. (0,88 д.а. / 0,44 д.а.).

Удосконалено змістовне наповнення: властивостей вражень, відмінність яких полягає в урахуванні особливостей функціонування моделі економіки вражень; функцій вражень, що відрізняються практичною корисністю для забезпечення формування стратегій розвитку підприємств в умовах економіки вражень; класифікацію видів вражень за теоретично обґрунтованими і практично значущими додатковими ознаками: сутністю, потребами суб'єктів, змістовністю; практична значущість додатково запропонованих видів вражень полягає у їх використанні для оцінювання репутації підприємств, визначення інформаційного наповнення стратегій переговорів підприємств та їх коригуванні за стратегічними заходами планів розвитку репутації підприємств. Результат опубліковано у 1 статті у науковому фаховому видання категорії Б та 2 матеріалах міжнародних науково-практичних конференцій:

1. Iastremska O. Impressions as a theoretical and practical basis for the enterprise reputation. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2025. Том 10. № 3. С. 155 – 159. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-3-30> (0,98 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus; Research Bible та ін.);

2. Ястремська О. Види вражень та їх вимірювання як результату діяльності підприємства. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей II Міжнародної наук.-практ. конф. (26-27 листопада 2024 року, м. Харків). Частина 1.* – Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2024. 680 с. С. 24 – 31. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/34722> (0,55 д.а.);

3. Ястремська О.О. Оцінювання репутації підприємства як результату емоційних вражень. *Інновації та науковий потенціал світу: збірник наукових праць з матеріалами VI Міжнародної наукової конференції*, м. Рівне, 18 квітня, 2025 р. Міжнародний центр наукових досліджень. – Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп, 2025. – 304 с. С. 46 – 54. ISBN: 978-617-8440-69-5. DOI: [https://doi.org/10.62731/mcnd-18.04.2025_\(0,48 д.а.\)](https://doi.org/10.62731/mcnd-18.04.2025_(0,48 д.а.))

Удосконалено тлумачення сутності складових цифрової трансформації: зовнішнього середовища підприємств щодо процесу стратегування, відмінність яких полягає в урахуванні не тільки його раціональної, а й емоційної сутності за наслідками вражень, які вони справляють на стейкхолдерів; внутрішнього середовища підприємств, особливості яких ґрунтується на виокремленні ланцюга розвитку цифрових технологій за масштабами розповсюдження і необхідною складністю смарт-розвитку згідно з використанням штучного інтелекту в процесі стратегування. Результат оприлюднено у 4 статтях у наукових виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах Scopus та Web of Science, 3 статтях у наукових фахових виданнях категорії Б, 1 статті у зарубіжному науковому виданні та 2 матеріалах всеукраїнської та міжнародної науково-практичних конференцій:

1. Stender S., Bulkot O., Iastremska O., Saienko V., Pereguda Y. Digital transformation of the national economy of Ukraine: challenges and opportunities. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. Volume 2. Issue 55. P. 333 – 345. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.55.2024.4328>. ISSN (online): 2227-6718. (2,04 д.а./0,41 д.а.) (Scopus Q4, Web of Science);

2. Zolkover A., Petrunenko I., Iastremska O., Stashkevych O., Mehdizade M. M. Benefits and Risks of Digital Business Transformation: The Example of Eastern Europe Countries. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. 2022. Vol. 9. Issue 2. P. 344 – 356. DOI: <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i2.910> ISSN: 2328-8272. (1,4 д.а./0,28 д.а.) (Scopus Q3, Web of Science);

3. Iastremska O., Feshchur I., Lysytsia N., Martynenko M., Losheniuk O. Social Media Marketing as a tool for promoting services and goods on the internet. *Amazonia Investiga*. 2023. Volume 12. Issue 67. P. 374 – 382. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2023.67.07.32>. ISSN: 2322-6307. (1,0 д.а./0,2 д.а.) (Web of Science);

4. Martynenko M.V., Gerasymov O.K., Iastremska O.O. Social and marketing aspects of transformation processes in Ukraine in conditions of European integration. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 4, № 27. P. 485 – 496. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i27.154311> ISSN (online): 2310-8770. (1,0 д.а./0,33 д.а.) (Web of Science);

5. Ястремська О.О. Основні тенденції і суперечності стратегування розвитку підприємств. *ГРААЛЬ НАУКИ : Міжнар. наук. журнал*. – Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа»; НУ«Інститут науково-технічної інтеграції та

співпраці», 2025. – No 55. – 790 с. С. 111 – 117. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.08.2025.011> (0,48 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus);

6. Iastremska O., Nebylytsia H. Social networks as a tool for entrepreneurship in the conditions of the economy of impressions. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*. 2023. No. 1 (23). P. 155–163. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2023.23.155> (0,96 д.а./ 0,48 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

7. Iastremska O. Brand strength based on realistic and emotional features and strategy of managing it. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*. 2021. No. 4 (18), P. 50 – 56. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2021.18.050> (1,03 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

8. Iastremska O., Korolenko O. Assessment and risk management of socio-economic projects. *Three Seas Economic Journal*. 2021. Volume 1. № 4. P. 166 – 172. (Latvia). DOI: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2020-4-24> . ISSN: 2661-5150. (0,88 д.а. / 0,44 д.а.) (зарубіжне наукове видання, Index Copernicus);

9. Ястремська О.О. Бренд підприємства та формування його стратегії в умовах економіки вражень. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей I Всеукр. наук.-практ. конф. (14-15 листопада 2023 року, м. Харків). Частина 1.* – Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2023. С. 274 – 281. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30625>. (0,495 д.а.);

10. Iastremska O. Strategic aspect of the use of virtual brands in the conditions of the experience economy. *The 10th International scientific and practical conference "Modern methods of applying scientific theories"* (March 14 – 17, 2023), Lisbon, Portugal. International Science Group. 2023. 481 p. – P. 124 – 133. ISBN: 979-8-88896-520-7. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2023.1.10> (0,84 д.а.).

Одержало подальшого розвитку визначення поняття стратегування, відмінність якого полягає у розширенні його сприйняття і розуміння від функції планування до способу стратегічного мислення про майбутнє підприємства в процесі стратегічного управління та змістовності і послідовності етапів стратегування розвитку підприємств, який включає процес формування і вибору стратегій з уточненням особливостей використання характеристик і переваг економіки вражень на кожному з етапів, що доцільно розглядати і використовувати як теоретичне підґрунтя розроблення методології, методичного забезпечення і практичний базис для розроблення прикладних рекомендацій стратегування в умовах економіки вражень. Результат оприлюднено у 3 статтях у наукових фахових виданнях категорії Б:

1. Iastremska O. Genesis of the Concept and Process of Strategizing at Enterprises. *Проблеми економіки*. № 4 (58). 2023. С. 165 – 174. DOI:

<https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-4-165-174>. (1,22 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

2. Ястремська О.О. Економічні умови розвитку економіки вражень у країнах світу та в Україні. *Бізнес Інформ*. 2024. №5. С. 68–80. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-68-80>. (1,1 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.);

3. Ястремська О.О. Теоретико-методологічне підґрунтя феномену економіки вражень. *Проблеми економіки*. 2024. №2. С. 231–239. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2024-2-231-239>. (0,98 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.).

Одержала подальшого розвитку система суперечностей розвитку підприємств в процесі стратегування в умовах сучасної реальності, яка розвинута на основі врахування: переважних тенденцій змін світових і вітчизняних економічних відносин; функціональних залежностей взаємного нелінійного впливу факторів зовнішнього оточення та внутрішнього середовища підприємств; їх можливостей з використання економічних ресурсів та інноваційно-інноваційних процесів відносно власної атрактивності; очікувань і довіри стейкхолдерів щодо репутації підприємств; існуючих стратегічних резервів і розривів у використанні економічних (раціональних) та репутаційних (емоційних) ресурсів у стратегічних планах та стратегіях переговорів; організаційних форм співробітництва фахівців підприємств у процесі розроблення стратегій щодо гнучких технологій управління формуванням стратегій. Результат оприлюднено в 1 статті у науковому фаховому категорії Б:

1. Ястремська О.О. Основні тенденції і суперечності стратегування розвитку підприємств. *ГРААЛЬ НАУКИ : Міжнар. наук. журнал*. – Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа»; НУ«Інститут науково-технічної інтеграції та співпраці», 2025. – No 55. – 790 с. – С. 111 – 117. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.08.2025.011> (0,48 д.а.) (наукове фаховий видання категорії Б, Index Copernicus та ін.).

Одержав подальшого розвитку методичний підхід до визначення атрактивності підприємств як підґрунтя формування раціональних вражень в процесі стратегування розвитку підприємств, особливостями якого є обґрунтована система часткових та інтегрального показників з урахуванням результатів перебігу процесів забезпечення розвитку і використання економічних ресурсів та їх прогнозування за кривими зростання та поділом на якісні рівні методом золотого перетину за функцією розвитку елементів. Результат оприлюднено в 1 статті у науковому фаховому виданні категорії Б, 1 статті у зарубіжному науковому виданні, 1 статті у науковому виданні, яке індексується у міжнародній наукометричній базі Web of Science, та 3 статтях у наукових виданнях, які індексуються у міжнародній наукометричній базі Scopus, 1 матеріалі міжнародної науково-практичної конференції:

1. Ястремська О. О. Привабливість підприємницьких структур в умовах економіки вражень. *Бізнес-навігатор*. 2025. №2 (79) С. 369 – 372. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.79-61> (0,57 д.а.) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus; Google Scholar; Crossref);

2. Ястремська Олеся, Кончик Дмитро. Визначення атрактивності підприємств для формування раціональних вражень стейкхолдерів в умовах економіки вражень. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol. 3, No. 4. P. 26-41. (Poland). DOI: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240304.04>. ISSN: 2720-6394 (1,27 д.а. / 1,0 д.а.) (зарубіжне наукове видання, Index Copernicus);

3. Iastremska O., Strokovych H., Gasimov F. Relationship of Investment in Innovation and Logistics Activity in the Conditions of the Experience Economy Development. *Marketing and Management of Innovations*. 2023. Volume 14. Issue 1. P. 12 – 23. DOI: <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.1-02>. ISSN (online): 2227-6718. (1,42 д.а./0,47 д.а.) (Web of Science);

4. Malyarets L.M., Iastremska O.M., Herashchenko I.M., Iastremska O.O., Babenko V.O. Optimization of Indicators for Enterprise Development: Finance, Production, Marketing, Personnel. *Estudies de Economia Aplicata*. 2020. Vol. 38 No. 4: Special Issue: The Recent Economic Trends and their Impact on Marketing. P. 1 – 13. DOI: [http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20\(1\).4028](http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20(1).4028). ISSN: 1133-3197. (0,94 д.а./0,19 д.а.) (Scopus);

5. Kozmenko O., Poluliakhova O., Iastremska O. Analisis of countries' investment attractiveness in the field of tourism industry. *Investment Management and Financial Innovation*. 2015. Volume 12. Issue 3. P. 56 – 63. DOI: [10.21511/imfi.12\(3-1\).2015.01](https://doi.org/10.21511/imfi.12(3-1).2015.01) ISSN: 18104967. (0,7 д.а./0,23 д.а.) (Scopus, Q3);

URL:

https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/6826/imfi_en_2015_03_Kozmenko.pdf

6. Iastremska O. Definition of tourist companies attractiveness in international tourism. *Economic Annals-XXI*. 2014. № 11-12. P. 124-127. URL: <https://ea21journal.world/index.php/ea-v146-31/>. ISSN: 1728-6220. (0,69 д.а.) (Scopus Q3);

7. Ястремська О., Кончик Д. Інновації як основа атрактивності для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22 листопада 2024 р.* Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2024. 48 с. С. 729 – 733. ISBN: 978-617-7801-50-3. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/34724> (0,2 д.а./ 0,1 д.а.).

Одержала подальшого розвитку класифікація моделей інформаційної взаємодії підприємств в процесі стратегування їх розвитку в умовах економіки вражень, особливістю яких є виділення додатково обґрунтованих і практично

значущих ознак: сутність вражень, стереотипізація, якість вражень, термін їх отримання від інформаційної взаємодії; запропоновані види моделей доцільно використовувати в процесі інформаційно-комунікаційного форсайту та цифрової трансформації для визначення сутності інформаційних повідомлень і організації взаємодії підприємств із стейкхолдерами при застосуванні і реалізації складових зовнішнього і внутрішнього середовищ. Результат оприлюднено в 1 розділі колективної монографії та 1 статті у науковому видінні, що індексується у міжнародній наукометричній базі Web of Science:

1. Ястремська О.О. Моделі та стратегії інформаційної взаємодії підприємств в умовах економіки вражень. *Інноваційний розвиток діяльності суб'єктів господарювання в умовах воєнного та повоєнного стану: теорія, практика, аналітика : монографія* / за заг. ред. В. С. Пономаренка. Л. М. Малярець, Н. М. Внукової. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. – 451 с. – С. 197 – 226. ISBN: 978-966-676-877-6.

URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/33301> (1,75 д.а.) (розділ колективної монографії);

2. Iastremska O., Strokovych H., Iastremska O., Kalantaridis C., Nagy S., Somosi M. V. Formation of Mutual Relations Between Enterprises and Business Partners in the Process of Preparation and Production of New Products. *Marketing and Management of Innovations*. 2021. Issue 1. P. 196 – 211. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.1-15>. ISSN (online): 2227-6718. (1,36 д.а/0,23 д.а.) (Web of Science).

До основних результатів, що мають найбільш суттєве практичне значення, належать такі: науково-методологічний підхід до стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень; методологія визначення чутливих до управлінського впливу показників зовнішнього і внутрішнього середовищ в умовах функціонування VUCA і BANI світів, які притаманні економічним відносинам у світі і в Україні; особливості і характеристики цифрової трансформації зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємств з використанням соціальних мереж та ІІІ у стратегуванні; методичний підхід до оцінювання атрактивності підприємств як основи раціональних вражень стейкхолдерів; методичний підхід до визначення репутації як емоційної складової стратегування розвитку підприємств на основі запропонованих видів вражень, що враховують особливості воєнного стану; методичний підхід до інформаційно-комунікаційного та організаційного форсайтів для визначення видів стратегій переговорів з партнерами та застосування гнучких технологій опрацювання проєктів формування і вибору стратегій у відповідності з розрахунками атрактивності та репутації як основних раціональних й емоційних вражень про результати і можливості діяльності підприємств; Пропозиції з використання моделей інформаційної взаємодії підприємств з стейкхолдерами в процесі стратегування. Практичні рекомендації з організації і візуалізації етапів процесу

стратегування, що об'єднують діяльність розробників стратегій з використанням програмного забезпечення Jira.

Результати дисертації впроваджено в практичну діяльність: ДЕПАРТАМЕНТУ ЕКОНОМІКИ І МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ (довідка № 06.01-15/1314 від 06.03.2025 р.), ДЕПАРТАМЕНТУ КУЛЬТУРИ, ТУРИЗМУ ТА РЕЛІГІЙ СУМСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ (довідка № 01-08/59 від 14.01.2025 р.), ХАРКІВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ, ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ (довідка №08-21/3747/2-24 від 17.12.2024 р.), ТОВ «ПРИВАТНІ САДИ» (довідка №1 від 29.11.2024 р.), ТОВ «Торгова компанія «АГРОАЛЬЯНС» (довідка № 4-03/25 від 17.03.2025 р.), ТОВ «НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ЦЕНТР «ЕКОМАШ» (довідка № 18 від 13.03.2025 р.), ТОВ НАУКОВО-ВИРОБНИЧЕ ПІДПРИЄМСТВО «ТЕХНОЛОГІЯ» (довідка № 23, від 14.05.2025 р.), ТОВ «КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «КВІТЕНЬ» (довідка № К – 2025-000051 від 14.03.2025 р.), Тернопільська філія ТОВ «Щедро» (довідка № 18/03 від 18.03.2025 р.), ТОВ «ПЕТРОМЕТАЛ УКРАЇНА» (довідка № 27-16 від 16.06.2025 р.). У ХАРКІВСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ (довідка № 25/86-01-174 від 18.06.2025 р.) в процесі підготовки здобувачів за спеціальністю 073 «Менеджмент» першого (бакалаврського) рівня за освітніми програмами «Менеджмент організацій і адміністрування» та «Менеджмент інноваційної діяльності» при викладанні освітнього компонента «Стратегічний менеджмент» та виконанні курсової роботи за даним компонентом використано запропоновану в дисертації парадигму і методологію стратегування розвитку підприємств; в процесі підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня за спеціальністю 073 «Менеджмент» освітньою програмою «Менеджмент» за освітнім компонентом «Менеджмент вражень» застосовано: теоретичні положення щодо сутності, особливостей, характеристик, функцій і видів вражень в умовах воєнних дій та повоєнного періоду; методичне забезпечення з організації планування та управління враженнями, трансформації технологій управління в системі менеджменту вражень; методичний підхід до визначення репутації підприємств як результату вражень від їх діяльності.

3. Дисертація Ястремської О.О. «Стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень» є кваліфікаційною науковою працею, виконаною здобувачкою самостійно. Науковий рівень дисертації відповідає діючим вимогам на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Особистий внесок здобувачки в роботах, що виконані у співавторстві, полягає у такому.

1. Ponomarenko V., Iastremska O. Determining the impac of VUCA-world and BANI-world on the activities of enterprises in the experience economy. *Decision support systems in project and program management, [Text]: Collective monograph* edited by I. Linde. European University Press. Riga: ISMA, 2024. 256 p. – P. 212 – 255.

ISBN: 978-9984-891-33-0. DOI: <https://doi.org/10.30837/MMP.2024.212>. (2,08 д.а. / 1,5 д.а. Особистий внесок автора: ідея, методологія дослідження, інтерпретація взаємозв'язку факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства)

2. Kozmenko O., Poluliakhova O., Iastremska O. Analysis of countries' investment attractiveness in the field of tourism industry. *Investment Management and Financial Innovation*. 2015. Volume 12. Issue 3. P. 56 – 63. DOI: [10.21511/imfi.12\(3-1\).2015.01](https://doi.org/10.21511/imfi.12(3-1).2015.01)

URL:

https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/6826/imfi_en_2015_03_Kozmenko.pdf ISSN: 18104967. (0,7 д.а./0,23 д.а.

Особистий внесок автора: аналіз поняття атрактивності, пропозиції до застосування методів її кількісного визначення).

3. Martynenko M.V., Gerasymov O.K., Iastremska O.O. Social and marketing aspects of transformation processes in Ukraine in conditions of European integration. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 4, № 27. P. 485 – 496. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i27.154311> ISSN (online): 2310-8770. (1,0 д.а./0,33 д.а. Особистий внесок автора: узагальнення значення соціального і маркетингового аспектів для трансформаційних процесів економіки).

4. Haber Józef Antoni, Bukhtiarova Alina, Chorna Svitlana, Iastremska Olesia, Bolgar Tetiana. Forecasting the level of financial security of the country (on the example of Ukraine). *Investment Management and Financial Innovations*. 2018. Volume 15. Issue 3. P. 304 – 317. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.15\(3\).2018.25](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.15(3).2018.25). ISSN: 18104967. (1,3 д.а./0,3 д.а. Особистий внесок автора: значення фінансової безпеки для розвитку зовнішнього середовища підприємств в сучасних умовах).

5. Malyarets L.M., Iastremska O.M., Herashchenko I.M., Iastremska O.O., Babenko V.O. Optimization of Indicators for Enterprise Development: Finance, Production, Marketing, Personnel. *Estudies de Economia Aplicata*. 2020. Vol. 38 No. 4: Special Issue: The Recent Economic Trends and their Impact on Marketing. P. 1 – 13. DOI: [http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20\(1\).4028](http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20(1).4028). ISSN: 1133-3197. (0,94 д.а./0,19 д.а. Особистий внесок автора: обґрунтування і використання індикаторів виробництва і маркетингу для розвитку підприємств).

6. Iastremska O. M., Stokovych H. V., Iastremska O. O., Kumar A. The targeted complex programme of investment and innovation development of enterprises: suggestions for forming and implementing activities. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. Т 2. No 33. 2020. P. 283 – 294. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i33.206867>. ISSN (online): 2310-8770. (1,01 д.а./0,25 д.а. Особистий внесок автора: методологія формування цільової комплексної програми інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств).

7. Iastremska O., Stokovych H., Iastremska O., Kalantaridis C., Nagy S., Somosi M. V. Formation of Mutual Relations Between Enterprises and Business Partners in the Process of Preparation and Production of New Products. *Marketing and Management of Innovations*. 2021. Issue 1. P. 196 – 211. DOI:

<http://doi.org/10.21272/mmi.2021.1-15>. ISSN (online): 2227-6718. (1,36 д.а./0,23 д.а. Особистий внесок автора: ідея дослідження, врахування результатів господарювання та власних уявлень менеджерів при формуванні відносин з партнерами, види відносин).

8. Zolkover A., Petrunenko I., Iastremska O., Stashkevych O., Mehdizade M. M. Benefits and Risks of Digital Business Transformation: The Example of Eastern Europe Countries. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. 2022. Vol. 9. Issue 2. P. 344 – 356. DOI: <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i2.910>. ISSN: 2328-8272. (1,4 д.а./0,28 д.а. Особистий внесок автора: особливості перебігу цифрової трансформації в країнах Європи).

9. Iastremska O., Stokovych H., Gasimov F. Relationship of Investment in Innovation and Logistics Activity in the Conditions of the Experience Economy Development. *Marketing and Management of Innovations*. 2023. Volume 14. Issue 1. P. 12 – 23. DOI: <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.1-02>. ISSN (online): 2227-6718. (1,42 д.а./0,47 д.а. Особистий внесок автора: ідея дослідження, моделювання інвестиційно-інноваційної діяльності в умовах розвитку економіки вражень).

10. Iastremska O., Feshchur I., Lysytsia N., Martynenko M., Losheniuk O. Social Media Marketing as a tool for promoting services and goods on the internet. *Amazonia Investiga*. 2023. Volume 12. Issue 67. P. 374 – 382. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2023.67.07.32>. ISSN: 2322-6307. (1,0 д.а./0,2 д.а. особистий внесок автора: використання соціальних мереж для просування послуг і товарів в Інтернеті).

11. Stender S., Bulkot O., Iastremska O., Saienko V., Pereguda Y. Digital transformation of the national economy of Ukraine: challenges and opportunities. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. Volume 2. Issue 55. P. 333 – 345. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.55.2024.4328>. ISSN (online): 2227-6718. (2,04 д.а./0,41 д.а. Особистий внесок автора: особливості процесу цифровізації в Україні).

12. Iastremska O., Rudych A., Bumane I., Hazukin A., Zdolnyk V., Kukhta P. Management of innovative development of enterprises in the conditions of digitalization: strategy modeling. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2024. Issue 2. P. 194 – 200. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2024-2/194>. ISSN: 2071-2227. (1,2 д.а. / 0,2 д.а. Особистий внесок автора: основні етапи моделювання стратегій в процесі інноваційного розвитку підприємств з урахуванням характеристик економіки вражень).

13. Malyarets Ludmila, Iastremska Olena, Barannik Igor, Iastremska Olesia, Larina Kateryna. Assessment of structural changes in stable development of the country. *Economics of Development*. 2024. Volume 23. Issue 2. P. 8 – 16. DOI: <https://doi.org/10.57111/econ/2.2024.08> ISSN: 1683-1942. (1,55 д.а. / 0,31 д.а. Особистий внесок автора: характеристики стійкого розвитку, пропозиції з його забезпечення).

14. Olesia Iastremska, Olha Bielienkova, Oksana Bondar-Pidhurska, Volodymyr Skakun, Vira Ruban, Sviatoslav Khimich. Financing innovative-strategic development of enterprises in the context of the experience economy. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2025. Volume 2 (61). P. 430 – 442. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.61.2025.4616> (1,0 д.а./0,168 д.а. Особистий внесок автора: основна ідея, виділено важливість врахування емоційного аспекту в споживчій поведінці, проаналізовано основні риси стратегії управління інноваційним розвитком підприємства).

15. Olesia Iastremska, Maryna Martynenko, Yevgeniy Goryuk, Hanna Demchenko, Mykyta Budreiko The Impact of the Experience Economy on the Sustainable Development Strategy of Companies in the European Union and Great Britain. *PROBLEMY EKOROZWOJU / PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. 2025. № 20 (2). P. 213-222. DOI: <https://doi.org/10.35784/preko.6963> (1,1 д.а./0,22 д.а. Особистий внесок автора: ідея дослідження, виділено вплив основних компонентів на стратегію підприємств, роль персоналізації, розроблено рекомендації з оптимізації стратегії сталого розвитку підприємств з урахуванням впливу економіки вражень).

16. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Управління розвитком підприємств: уточнення теоретичних положень. *Проблеми економіки*. 2020. №1 (43). С. 214 – 226. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-214-226>. (1,0 д.а./0,5 д.а. Особистий внесок автора: уточнення поняття розвитку та методів управління його перебігом, концептуальна модель та механізм управління розвитком підприємства).

17. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Поняття економічної стійкості підприємства та її кількісне оцінювання. *Бізнес Інформ*. 2020. №11. С. 220 – 230. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-220-230>. (1,16 д.а./0,58 д.а. Особистий внесок автора: інтерпретація економічної стійкості підприємства в сучасних умовах, моделювання економічної стійкості).

18. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Капіталізація підприємств: теоретичний і практичний аспекти стану та процесу розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021. № 10. С. 273 – 283. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-273-283> (1,02 д.а./0,50 д.а. Особистий внесок автора: етапи оцінювання стану та процесу розвитку капіталізації на основі інвестиційної діяльності, система показників та моделювання капіталізації підприємств).

19. Iastremska O., Nebylytsia H. Social networks as a tool for entrepreneurship in the conditions of the economy of impressions. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*. 2023. No. 1 (23). P. 155–163. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2023.23.155> (0,96 д.а./ 0,48 д.а. Особистий внесок автора: аналіз результатів використання соціальних мереж в умовах економіки вражень).

20. Лисиця Н.М., Ястремська О.О., Вдовічена О.Г. Стратегії ведення ділових переговорів в українському бізнес-середовищі. *Актуальні питання у сучасній науці. Серія «Економіка»*. 2023. № 9(15). С. 74 – 82. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-9\(15\)-74-82](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-9(15)-74-82) (0,6 д.а./0,2 д.а. Особистий внесок автора: класифікація та умови використання стратегій переговорів).

21. Iastremska O. M., Malyarets L. M., Iastremska O. O., Barannik I. O. Modern defining characteristics of innovative development of the Ukrainian economy: theoretical and practical aspects. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*. 2023. № 3 (25). P.148 – 162. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2023.25.148>. (1,2 д.а./ 0,3 д.а. Особистий внесок автора: обґрунтування сучасних характеристик інноваційного розвитку, пропозиції до його активізації, багатофакторна регресійна модель).

22. Пономаренко В. С., Ястремська О. О. Теоретичні засади організації форсайту в економічних дослідженнях формування стратегій розвитку. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2025. Том 10. № 1. С. 203 – 215. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-1-34> (1,5 д.а./0,75 д.а., Особистий внесок: аналіз визначень форсайту, його значення для формування стратегій. Особливості використання методів форсайту на підприємствах та значення для їх розвитку).

23. Iastremska O., Korolenko O. Assessment and risk management of socio-economic projects. *Three Seas Economic Journal*. 2021. Volume 1. № 4. P. 166 – 172. (Latvia). DOI: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2020-4-24>. ISSN: 2661-5150. (0,88 д.а. / 0,44 д.а. Особистий внесок автора: доведено, що соціалізацією економічних відносин у сучасній Україні є розвиток соціального підприємництва до соціальних підприємств для вирішення соціальних проблем у їх зовнішньому середовищі з підтримкою держави і суспільства, що сприяє підвищенню рівня соціальної свідомості).

24. Iastremska O., Tryfonova O., Mantaliuk O., Baranets H. The impact of strategic decisions on the future development of organisations and economic dynamics. *Futurity Economics&Law*. 2023. Vol. 3. Issue 4. P. 117 – 134. DOI: <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.12.25.08>. E-ISSN: 2956-4476. (1,24 д.а. /0,31 д.а. Особистий внесок автора: умови та значення формування стратегічних рішень для розвитку організацій у динамічному середовищі).

25. Iastremska O., Bielikova N., Kozlova I., Herashchenko I. Strategic Management of Innovative Development of Enterprises According to the Experience Economy Model: A Review. *Futurity Economics&Law*. 2024. Vol. 4. Issue 3. P. 158–176. (Poland). DOI: <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.09.25.10>. E-ISSN: 2956-4476. (1,58 д.а. / 0,39 д.а. Особистий внесок автора: (виділено особливості стратегування в умовах економіки вражень, проведено бібліометричний аналіз основних термінів).

26. Ястремська Олеся, Кончик Дмитро. Визначення атрактивності підприємств для формування раціональних вражень стейкхолдерів в умовах економіки вражень. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol. 3, No. 4. P. 26-41. (Poland). DOI: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240304.04> ISSN: 2720-6394 (1,27 д.а. / 1,0 д.а. Особистий внесок автора: ідея статті, використання методів факторного аналізу, нейронних мереж, адитивної згортки, методичний підхід, основні висновки).

27. Iastremska O., Iastremska O., Sigaieva T. Importance of the enterprise's brand and image for implementation of its activity. *Proceedings of the International Congress on Business and Marketing*, 2018, Maltepe University, Istanbul, 29.11.2018-01.12.2018. – P. 135 – 139. ISBN 978-605-2124-09-03. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/35782> (0,35 д.а. / 0,11 д.а. Особистий внесок автора: використання бренду для активізації діяльності підприємств).

28. Iastremska O.M, Iastremska O.O. Theoretical provisions of formation and functioning of international integrated business structures and management of their activities. *Multidisciplinary academic research, innovation and results. Proceedings of the XXII International Scientific and Practical Conference*. Prague, Czech Republic. 07-10 June 2022 Pp. 310-319 URL: <https://isg-konf.com/multidisciplinary-academic-research-innovation-and-results-two/> DOI: 10.46299/ISG.2022.1.22 (0,88 д.а. / 0,44 д.а. Особистий внесок автора: пропозиції з активізації діяльності інтегрованих структур бізнесу в стратегічному періоді).

29. Ястремська О., Кончик Д. Інновації як основа атрактивності для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*, 22 листопада 2024 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2024. 48 с. ISBN 978-617-7801-50-3. С. 729 – 733. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/34724> (0,2 д.а./ 0,1 д.а. Особистий внесок автора: використання інновацій як складової атрактивності підприємств для її підвищення).

У дисертаційній роботі особисто авторкою розроблено й обгрунтовано: виокремлення етапів процесу стратегічного управління у хронологічній послідовності з виділенням явища і процесу стратегування; визначення поняття стратегування та етапів його здійснення; визначення понять «розвиток», «інноваційний розвиток» та їх класифікацію; класифікацію моделей інформаційної взаємодії підприємств в умовах економіки вражень щодо процесу стратегування; понятійно-категоріальний апарат економічних відносин економіки вражень та процесу стратегування у їх симбіозі; систему суперечностей розвитку підприємств в процесі стратегування в умовах сучасних реалій; парадигму стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень; науково-методологічний підхід до стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень з урахуванням сучасних воєнних викликів та стратегічних пасток; тлумачення

сутності переважних складових цифрової трансформації зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємств щодо стратегування згідно з раціональними та емоційними враженнями; методологію визначення переважних чутливих показників взаємного впливу сучасних внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємств щодо VUCA і BANI світів; методичний підхід до визначення атрактивності підприємств для формування раціональних вражень; змістовне наповнення властивостей вражень, їх функцій, актуалізацію видів вражень в умовах воєнних дій; методичний підхід до визначення репутації на основі видів вражень як емоційної складової формування стратегій розвитку підприємств у воєнний період в умовах економіки вражень; пропозиції з формування стратегічних планів коригування стратегій розвитку підприємств на основі покращення показників атрактивності та репутації підприємств з урахуванням стратегічних резервів і стратегічних розривів; методичний підхід до визначення видів стратегій переговорів як основи інформаційно-комунікаційного форсайту в умовах економіки вражень; методичний підхід організаційного форсайту до вибору Agile технологій в процесі стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень; практичні пропозиції з організації стратегування розвитку підприємств, що об'єднують і візуалізують роботу розробників стратегії з використанням програмного забезпечення Jira.

Сформовані в дисертації наукові результати, висновки, рекомендації та пропозиції належать особисто автору і є його науковим доробком.

У дисертаційній роботі матеріали та висновки кандидатської дисертації авторки не використовуються.

4. Основні наукові результати докторської дисертації Ястремської О.О. висвітлені у наукових публікаціях, кількість та якість яких відповідає вимогам пп. 8 та 9 Порядку присудження та позбавлення наукового ступеня доктора наук, затвердженого Постановою КМУ від 17 листопада 2021 р. № 1197. Основні результати і висновки дисертації знайшли відображення в 57 наукових працях. Структура наукових праць за темою дисертації є такою: 2 – розділи у колективних монографіях; 15 наукових статей у наукових виданнях, які проіндексовані у міжнародних наукометричних базах даних Scopus та Web of Science, серед них 5 статей у виданнях, які віднесені до квартілю Q3, що дозволяє їх зарахувати як 10 публікацій, тобто всього статей у наукових виданнях, які проіндексовані у міжнародних наукометричних базах даних Scopus та Web of Science, зараховано 20; 20 статей у вітчизняних наукових фахових виданнях категорії Б, які індексуються у міжнародних наукометричних базах; 4 статті у зарубіжних наукових виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах; 11 праць апробаційного характеру (тези всеукраїнської та міжнародних науково-практичних конференцій).

Загальна кількість наукових праць – 57 обсягом 51,475 д.а., з них 23 одноосібних, з повного обсягу публікацій особисто автору належить 29,823 д.а.

За темою дисертації «Стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень» Ястремської О.О. зараховано такі публікації.

Розділи у колективних монографіях

1. Ястремська О.О. Моделі та стратегії інформаційної взаємодії підприємств в умовах економіки вражень. *Інноваційний розвиток діяльності суб'єктів господарювання в умовах воєнного та повоєнного стану: теорія, практика, аналітика : монографія* / за заг. ред. В. С. Пономаренка. Л. М. Малярець, Н. М. Внукової. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. – С. 197 – 226 (451 с.). ISBN 978-966-676-877-6. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/33301> (1,75 д.а.).
2. Ponomarenko V., Iastremska O. Determining the impac of VUCA-world and BANI-world on the activities of enterprises in the experience economy. *Decision support systems in project and program management, [Text]: Collective monograph* edited by I. Linde. European University Press. Riga: ISMA, 2024. 256 p. – P. 212 – 255. ISBN 978-9984-891-33-0. DOI: <https://doi.org/10.30837/MMP.2024.212>. URL: <https://publish.nure.ua/catalog/view/579/906/6205> (2,08 д.а. / 1,5 д.а.).

Статті у наукових виданнях, які проіндексовані у міжнародних наукометричних базах даних Scopus та Web of Science

3. Iastremska O. Definition of tourist companies attractiveness in international tourism. *Economic Annals-XXI*. 2014. № 11-12. P. 124-127. URL: <https://ea21journal.world/index.php/ea-v146-31/>. ISSN: 17286220. (Scopus, Q3 <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=21100310035&tip=sid&clean=0> зараховано як 2 публікації). (0,69 д.а.)
4. Kozmenko O., Poluliakhova O., Iastremska O. Analisis of countries' investment attractiveness in the field of tourism industry. *Investment Management and Financial Innovation*. 2015. Volume 12. Issue 3. P. 56 – 63. URL: https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/6826/imfi_en_2015_03_Kozmenko.pdf DOI: 10.21511/imfi.12 (3-1).2015.01. ISSN: 18104967. (Scopus, Q3 <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=19700182325&tip=sid&clean=0> зараховано як 2 публікації). (0,7 д.а./0,23 д.а.)
5. Martynenko M.V., Gerasymov O.K., Iastremska O.O. Social and marketing aspects of transformation processes in Ukraine in conditions of European integration. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 4, № 27. P. 485 – 496. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i27.154311> ISSN (online): 2310-8770. (Web of Science). (1,0 д.а./0,33 д.а.)
6. Haber Józef Antoni, Bukhtiarova Alina, Chorna Svitlana, Iastremska Olesia, Bolgar Tetiana. Forecasting the level of financial security of the country (on the

example of Ukraine). *Investment Management and Financial Innovations*. 2018. Volume 15. Issue 3. P. 304 – 317. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.15\(3\).2018.25](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.15(3).2018.25). ISSN: 18104967 (Scopus). (1,3 д.а./0,3 д.а.)

7. Malyarets L.M., Iastremska O.M., Herashchenko I.M., Iastremska O.O., Babenko V.O. Optimization of Indicators for Enterprise Development: Finance, Production, Marketing, Personnel. *Estudies de Economia Aplicata*. 2020. Vol. 38 No. 4: Special Issue: The Recent Economic Trends and their Impact on Marketing. P. 1 – 13. DOI: [http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20\(1\).4028](http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20(1).4028). ISSN: 1133-3197. (Scopus). (0,94 д.а./0,19 д.а.)

8. Iastremska O. M., Stokovych H. V., Iastremska O. O., Kumar A. The targeted complex programme of investment and innovation development of enterprises: suggestions for forming and implementing activities. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. T 2. No 33. 2020. P. 283 – 294. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i33.206867>. ISSN (online) (Web of Science). (1,01 д.а./0,25 д.а.)

9. Iastremska O., Stokovych H., Iastremska O., Kalantaridis C., Nagy S., Somosi M. V. Formation of Mutual Relations Between Enterprises and Business Partners in the Process of Preparation and Production of New Products. *Marketing and Management of Innovations*. 2021. Issue 1. P. 196 – 211. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.1-15>. ISSN (online): 2227-6718. (Web of Science). (1,36 д.а./0,23 д.а.)

10. Zolkover A., Petrunenko I., Iastremska O., Stashkevych O., Mehdizade M. M. Benefits and Risks of Digital Business Transformation: The Example of Eastern Europe Countries. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. 2022. Vol. 9. Issue 2. P. 344 – 356. DOI: <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i2.910>. ISSN: 2328-8272. (Web of Science, Scopus Q3 <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=21100855999&tip=sid&clean=0> зараховано як 2 публікації). (1,4 д.а./0,28 д.а.)

11. Iastremska O., Stokovych H., Gasimov F. Relationship of Investment in Innovation and Logistics Activity in the Conditions of the Experience Economy Development. *Marketing and Management of Innovations*. 2023. Volume 14. Issue 1. P. 12 – 23. DOI: <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.1-02>. ISSN (online): 2227-6718. (Web of Science). (1,42 д.а./0,47 д.а.)

12. Iastremska O., Feshchur I., Lysytsia N., Martynenko M., Losheniuk O. Social Media Marketing as a tool for promoting services and goods on the internet. *Amazonia Investiga*. 2023. Volume 12. Issue 67. P. 374 – 382. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2023.67.07.32>. ISSN: 2322-6307. (Web of Science). (1,0 д.а./0,2 д.а.)

13. Stender S., Bulkot O., Iastremska O., Saienko V., Pereguda Y. Digital transformation of the national economy of Ukraine: challenges and opportunities. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. Volume 2. Issue

55. P. 333 – 345. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.55.2024.4328>. ISSN (online): 2227-6718. (Web of Science, Scopus Q4). (2,04 д.а./0,41 д.а.)

14. Iastremska O., Rudych A., Bumane I., Hazukin A., Zdolnyk V., Kukhta P. Management of innovative development of enterprises in the ~ conditions of digitalization: strategy modeling. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2024. Issue 2. P. 194 – 200. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2024-2/194>. ISSN: 2071-2227 (Scopus Q3 <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=21100206261&tip=sid&clean=0> зараховано як 2 публікації). (1,2 д.а. / 0,2 д.а.)

15. Malyarets Ludmila, Iastremska Olena, Barannik Igor, Iastremska Olesia, Larina Kateryna. Assessment of structural changes in stable development of the country. *Economics of Development*. 2024. Volume 23. Issue 2. P. 8 – 16. DOI: <https://doi.org/10.57111/econ/2.2024.08> . ISSN: 1683-1942. (Scopus Q4). (1,55 д.а. / 0,31 д.а.)

16. Olesia Iastremska, Olha Bielienskova, Oksana Bondar-Pidhurska, Volodymyr Skakun, Vira Ruban, Sviatoslav Khimich. Financing innovative-strategic development of enterprises in the context of the experience economy. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2025. Volume 2 (61). P. 430 – 442. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.61.2025.4616> (Web of Science, Scopus Q4). (1,0 д.а./0,168 д.а.)

17. Olesia Iastremska, Maryna Martynenko, Yevgeniy Goryuk, Hanna Demchenko, Mykyta Budreiko The Impact of the Experience Economy on the Sustainable Development Strategy of Companies in the European Union and Great Britain. *PROBLEMY EKOROZWOJU / PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. 2025. № 20 (2). P. 213-222. DOI: <https://doi.org/10.35784/preko.6963> <https://ph.pollub.pl/index.php/preko/article/view/6963>. e-ISSN: 2080-1971 (Web of Science Q4, Scopus Q3 <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=19400157013&tip=sid&clean=0> зараховано як 2 публікації (1,1 д.а./0,22 д.а.)

Статті у наукових періодичних виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України

18. Ястремська О.О. Кількісно-якісне оцінювання атрактивності туристичних компаній. *Бізнес-Інформ*. 2015. №8. (451). С. 139 – 146. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2015-8_0-pages-139_146.pdf (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.) (0,82 д.а.)

19. Ястремська О.М, Ястремська О.О. Управління розвитком підприємств: уточнення теоретичних положень. *Проблеми економіки*. 2020. №1 (43). С. 214 –

226. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-214-226>. (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.) (1,0 д.а./0,5 д.а.)

20. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Поняття економічної стійкості підприємства та її кількісне оцінювання. *Бізнес Інформ*. 2020. №11. С. 220 – 230. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-220-230>. (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.). (1,16 д.а./0,58 д.а.)

21. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Капіталізація підприємств: теоретичний і практичний аспекти стану та процесу розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021. № 10. С. 273 – 283. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-273-283> (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.). (1,02 д.а./0,50 д.а.)

22. Iastremska O. Brand strength based on realistic and emotional features and strategy of managing it. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*. 2021. No. 4 (18), P. 50 – 56. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2021.18.050> (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.). (1,03 д.а.)

23. Iastremska O., Nebylytsia H. Social networks as a tool for entrepreneurship in the conditions of the economy of impressions. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*. 2023. No. 1 (23). P. 155–163. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2023.23.155> (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.). (0,96 д.а./ 0,48 д.а.)

24. Лисиця Н.М., Ястремська О.О., Вдовічена О.Г. Стратегії ведення ділових переговорів в українському бізнес-середовищі. *Актуальні питання у сучасній науці. Серія «Економіка»*. 2023. № 9(15). С. 74 – 82. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-9\(15\)-74-82](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-9(15)-74-82) (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus, Research Bible та ін.). (0,6 д.а./0,2 д.а.)

25. Iastremska O. M., Malyarets L. M., Iastremska O. O., Barannik I. O. Modern defining characteristics of innovative development of the Ukrainian economy: theoretical and practical aspects. *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*. 2023. № 3 (25). P. 148 – 162. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2023.25.148>. (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.). (1,2 д.а./ 0,3 д.а.)

26. Iastremska O. Genesis of the Concept and Process of Strategizing at Enterprises. *Проблеми економіки* № 4 (58), 2023. С. 165 – 174. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-4-165-174>. (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.). (1,22 д.а.)

27. Ястремська О.О. Економічні умови розвитку економіки вражень у країнах світу та в Україні. *Бізнес Інформ*. 2024. №5. С. 68–80. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-68-80>. (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.). (1,1 д.а.)

28. Ястремська О.О. Теоретико-методологічне підґрунтя феномену економіки вражень. *Проблеми економіки*. 2024. №2. С. 231–239.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2024-2-231-239>. (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.). (0,98 д.а.)

29. Iastremska O. Substantiation of the conceptual and categorical apparatus of the symbiosis of the experience economy and strategizing. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2024. Volume 9. № 4. P. 92 – 103. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-4-14>. (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus, Research Bible та ін.). (1,57 д.а.)

30. Пономаренко В. С., Ястремська О. О. Теоретичні засади організації форсайту в економічних дослідженнях формування стратегій розвитку. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2025. Том 10. № 1. С. 203 – 215. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-1-34> (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus, Research Bible та ін.). (1,5 д.а./0,75 д.а.)

31. Ястремська О. О. Формування стратегій життєдіяльності підприємств з урахуванням особливостей моделі економіки вражень. *Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми*. 2025. № 3. (наукове фахове видання категорії Б, Scilit, Lockss, ISSN) DOI: <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.3.10> (0,80 д.а.)

32. Ястремська О. О. Привабливість підприємницьких структур в умовах економіки вражень. *Бізнес-навігатор*. 2025. №2 (79) С. 369 – 372. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.79-61> (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus; Google Scholar; Crossref) (0,57 д.а.)

33. Ястремська О.О. Використання підприємством AGILE методології в стратегуванні в умовах економіки вражень. *Ефективна економіка*. 2025. №4. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.4.47> (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus; Google Scholar; Crossref). (0,72 д.а.)

34. Ястремська О.О. Використання інформаційно-комунікаційного та організаційного форсайтів в процесі стратегування підприємства. *Економіка та суспільство*. 2025. № 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-83> (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus; Google Scholar; CiteFactor, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI)) (0,98 д.а.)

35. Ястремська О.О. Методологія стратегування розвитку підприємств за моделлю економічних відносин економіки вражень. *Проблеми економіки*. 2025. №1. С. 269 – 280. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2025-1-269-280> (наукове фахове видання категорії Б, Index Copernicus та ін.) (1,28 д.а.)

36. Ястремська О.О. Основні тенденції і суперечності стратегування розвитку підприємств. *ГРААЛЬ НАУКИ : Міжнар. наук. журнал*. – Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа»; НУ«Інститут науково-технічної інтеграції та співпраці», 2025. – No 55. – 790 с. С. 111 – 117 <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.08.2025.011> (науковий фаховий журнал категорії Б, Index Copernicus) (0,48 д.а.)

37. Iastremska O. Impressions as a theoretical and practical basis for the enterprise reputation. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2025.

Том 10. № 3. С. 155 – 159. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-3-30>
(фахове видання категорії Б, Index Copernicus, ResearchBible та ін.)(0,98 д.а.)

Статті у зарубіжних наукових виданнях

38. Iastremska O., Korolenko O. Assessment and risk management of socio-economic projects. *Three Seas Economic Journal*. 2021. Volume 1. № 4. P. 166 – 172. (Latvia). DOI: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2020-4-24>. ISSN: 2661-5150. (Index Copernicus). (0,88 д.а. / 0,44 д.а.)

39. Iastremska O., Tryfonova O., Mantaliuk O., Baranets H. The impact of strategic decisions on the future development of organisations and economic dynamics. *Futurity Economics&Law*. 2023. Vol. 3. Issue 4. P. 117 – 134. (Poland) DOI: <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.12.25.08>. E-ISSN: 2956-4476. (Index Copernicus). (1,34 д.а. / 0,31 д.а.)

40. Iastremska O., Bielikova N., Kozlova I., Herashchenko I. Strategic Management of Innovative Development of Enterprises According to the Experience Economy Model: A Review. *Futurity Economics&Law*. 2024. Vol. 4. Issue 3. P. 158–176. (Poland). DOI: <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.09.25.10>. e-ISSN: 2956-4476. (Index Copernicus). (1,58 д.а. / 0,39 д.а.)

41. Ястремська Олеся, Кончик Дмитро. Визначення атрактивності підприємств для формування раціональних вражень стейкхолдерів в умовах економіки вражень. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol. 3, No. 4. P. 26-41. (Poland). DOI: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240304.04>. ISSN: 2720-6394 (Index Copernicus). (1,27 д.а. / 1,0 д.а.)

Матеріали і тези наукових конференцій

42. Iastremska O., Iastremska O., T. Sigaieva Importance of the enterprise's brand and image for implementation of its activity. *Proceedings of the International Congress on Business and Marketing*, 2018, Maltepe University, Istanbul, 29.11.2018-01.12.2018. – P. 135 – 139. ISBN 978-605-2124-09-03. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/35782> (0,35 д.а. / 0,11 д.а.)

43. Iastremska O.M, Iastremska O.O. Theoretical provisions of formation and functioning of international integrated business structures and management of their activities. *Multidisciplinary academic research, innovation and results. Proceedings of the XXII International Scientific and Practical Conference*. Prague, Czech Republic. 07-10 June 2022 Pp. 310-319 URL: <https://isg-konf.com/multidisciplinary-academic-research-innovation-and-results-two/> (0,88 д.а. / 0,44 д.а.)

44. Iastremska O. Strategic aspect of the use of virtual brands in the conditions of the experience economy. *The 10th International scientific and practical conference "Modern methods of applying scientific theories"* (March 14 – 17, 2023) Lisbon, Portugal. International Science Group. 2023. 481 p. P.124 – 133. ISBN: 979-8-88896-

520-7. DOI: <https://doi.org/46299/ISG.2023.1.10>. URL: <https://isg-konf.com/modern-methods-of-applying-scientific-theories/>. (0,84 д.а.).

45. Iastremska O. Types of brands and their strategies in the context of forming rational and emotional impressions. *Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ»*, (March 31, 2023; Zurich, Switzerland). P. 22 – 24. ISBN: 978-617-8126-16-2. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-31.03.2023.04> . (0,28 д.а.);

46. Ястремська О.О. Бренд підприємства та формування його стратегії в умовах економіки вражень. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей I Всеукр. наук.-практ. конф.* (14-15 листопада 2023 року, м. Харків). Частина 1. – Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2023. С. 274 – 281. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30625>. (0,495 д.а.).

47. Ястремська О., Кончик Д. Інновації як основа атрактивності для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22 листопада 2024 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2024. 48 с. С. 729 – 733. ISBN: 978-617-7801-50-3. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/34724> (0,2 д.а./ 0,1 д.а.).

48. Ястремська О. Види вражень та їх вимірювання як результату діяльності підприємства. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей II Міжнародної наук.-практ. конф.* (26-27 листопада 2024 року, м. Харків). Частина 1. – Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2024. 680 с. С. 24 – 31. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/34722> (0,55 д.а.).

49. Ястремська О.О. Використання форсайтингу в умовах економіки вражень. *ГРААЛЬ НАУКИ : міжнар. наук. журнал. За матеріалами: VII Міжнародної науково-практичної конференції «Наука про постіндустріальне суспільство: глобалізаційні та трансформаційні процеси»* (05.07.2024). – Вінниця - Відень: ГО «Європейська наукова платформа» » (Вінниця, Україна); ТОВ «International Centre Corporate Management» (Відень, Австрія), 2024. No 41. 352 с. DOI 10.36074/grail-of-science.05.07.2024. ISSN 2710–3056. URL: <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-056/issue/view/05.07.2024/29>. (Index Copernicus). (0,2 д.а.)

50. Ястремська О. Репутаційний менеджмент підприємства: важливість та методи застосування. *Modern Science, Economy and Digital Innovation: Collection of Scientific Papers "International Scientific Unity" with Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference*. January 29-31, 2025. Bucharest, Romania. 202 p. ISBN: 979-8-89704-986-8 (series) DOI: <https://doi.org/10.70286/isu-29.01.2025> P. 101 – 106. URL: <https://isu-conference.com/en/archive/modern-science-economy-and-digital-innovation-29-01-25/> (0,37 д.а.).

51. Ястремська О.О. Оцінювання репутації підприємства як результату емоційних вражень. *Інновації та науковий потенціал світу: збірник наукових праць з матеріалами VI Міжнародної наукової конференції*, м. Рівне, 18 квітня, 2025 р. / Міжнародний центр наукових досліджень. — Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025. — 304 с. С. 46 — 54. ISBN: 978-617-8440-69-5. DOI: <https://doi.org/10.62731/mcnd-18.04.2025>

URL: [https://archives.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/issue/view/18.04.2025_\(0,48 д.а.\)](https://archives.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/issue/view/18.04.2025_(0,48 д.а.))

52. Ястремська О.О. Стратегії переговорів підприємства з партнерами з урахуванням особливостей економіки вражень. *Економіка, управління та фінансові механізми в умовах глобальної нестабільності : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Київ, 18-19 квітня 2025 р.). — Львів-Торунь : Liha-Pres, 2025. — 216 с. С. 168 — 172. ISBN 978-966-397-484-2. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-484-2-37> (0,25 д.а.).

5. Апробація результатів дисертації Ястремської О.О. «Стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень» є достатньою. Основні положення і висновки, викладені в дисертації, доповідалися й одержали схвалення на 1 Всеукраїнській та 10 Міжнародних науково-практичних конференціях: «Proceedings of the International Congress on Business and Marketing» (Istanbul, 29 жовтня — 01 грудня 2018 р.); «Multidisciplinary academic research, innovation and results» (Prague, Czech Republic, 07-10 June 2022.); «Modern methods of applying scientific theories» (Lisbon, Portugal, March 14 — 17, 2023); «Grundlagen der modernen wissenschaftlichen Forschung der Sammlung» (Zürich, 31 März, 2023); «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» (м. Харків, 14-15 листопада 2023 р.); «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики» (м. Харків, 22 листопада 2024 р.); «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» (м. Харків, 26-27 листопада 2024 р.); «Наука про постіндустріальне суспільство: глобалізаційні трансформаційні процеси» (м. Вінниця-Відень, 05 липня 2024 р.); «Modern Science, Economy and Digital Innovation» (Bucharest, Romania, January 29-31, 2025); «Інновації та науковий потенціал світу» (м. Рівне, 18 квітня, 2025 р.); «Економіка, управління та фінансові механізми в умовах глобальної нестабільності» (м. Київ, 18-19 квітня 2025 р.).

6. До недоліків докторської дисертації Ястремської О.О. слід віднести такі.

1. Обсяг вступу є завеликим, його обсяг доцільно скоротити для ущільнення інформації з огляду на обмеженість обсягу тексту автореферату.

2. У підрозділі 1.1 наведено глибокий опис етапів стратегічного управління з виокремленням в них прояву процесу стратегування, проте виклад має переважно описовий характер з виділенням особливостей кожного етапу. Доцільно було б представити наведений аналітичний огляд у вигляді таблиці або схеми для підвищення рівня візуалізації запропонованого здобутку.

3. Запропоновані моделі інформаційної взаємодії (п.2.1) можливо було б врахувати у матриці стратегій переговорів для підтримки логічного взаємозв'язку між ними і більш широкого розуміння і використання моделей інформаційної взаємодії у стратегуванні.

4. Обґрунтований понятійно-категоріальний апарат симбіозу стратегування (п.3.1) за видом мутуалізму вимагає додаткових пояснень щодо корисності стратегування для економіки вражень і навпаки.

5. Незважаючи на достатню деталізацію загальних і спеціальних принципів парадигми стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень (п.3.2, табл.3.5), їх використання і опис детально не наведені. Особливо це стосується спеціальних принципів, які відрізняються нетрадиційністю і новизною. Тому доцільно подати у тексті опис принципів, особливо спеціальних, з уточненням, де саме у пропозиціях дисертації кожен з них був використаний, що підвищить наукову новизну поданого матеріалу та суттєво покращить розуміння викладених пропозицій як парадигми стратегування, так і положень дисертації в цілому.

6. У підрозділі 4.3 представлено результати проведеного важливого дослідження з визначення основних чутливих показників взаємного прямого і зворотного впливу зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємств в умовах VUCA і BANI світів для використання в процесі стратегування при коригуванні і виборі критеріальних показників стратегій розвитку. Проте можливо було б посилити обґрунтування використаних етапів і методів їх виявлення.

7. Висновки за розділами доцільно скоротити, представити їх у більш чіткому формулюванні у відповідності з розробленими пропозиціями. У загальних висновках дисертації слід більш ґрунтовно подати їх практичну значущість для стратегування підприємств в умовах воєнних викликів і повоєнного відновлення.

8. Назви окремих розділів, наприклад, 5, та підрозділів, наприклад, 1.3, 2.3 можливо було б відкоригувати для підвищення точності змісту викладеного матеріалу.

9. У підрозділі 5.2 спостерігається надмірна деталізація властивостей вражень, кількість яких перевищує 15. Незважаючи на теоретичну цінність поданого матеріалу, не всі, можливо, з перелічених властивостей мають однакову релевантність у прикладному аспекті стратегування щодо репутації підприємств. Слід виділити саме ті властивості, які в більшій мірі впливають або які слід використати при формуванні й оцінюванні репутації в умовах економіки вражень.

10. Запропоноване використання програмного забезпечення Jira як інструменту організації та візуалізації заходів здійснення процесу стратегування є практично доцільним, однак можливо було б більш ґрунтовно описати характеристики Jira для використання в процесі стратегування підприємств. Проте треба відзначити суттєвий практичний здобуток цієї прикладної пропозиції

дисертації, яка унаочнює і об'єднує весь організаційний процес стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень.

7. Загальний висновок. Докторська дисертація Ястремської О.О. «Стратегування розвитку підприємств в умовах економіки вражень», яка представлена на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук, є завершеною кваліфікаційною науковою працею, має теоретичну і практичну цінність, містить елементи наукової новизни у вирішенні комплексу питань, пов'язаних формуванням і вибором стратегій розвитку підприємств з урахуванням раціональних та емоційних вражень стейкхолдерів щодо результатів діяльності і можливостей підприємств в умовах воєнних дій та з урахуванням особливостей перебігу процесів цифрової трансформації, соціалізації та консьюмерізації. Дисертація характеризується єдністю змісту, написана логічно, послідовно, у науковому стилі, з використанням чіткої наукової лексики та дотриманням логіки економічного дослідження й принципів академічної доброчесності.

Дисертаційна робота Ястремської О.О. підготовлена за спеціальністю 073 «Менеджмент», за змістом, здобутими результатами і елементами наукової новизни відповідає паспорту наукової спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), а саме пунктам.

1. Підприємство як суб'єкт господарювання; 16. Управління виробничо-господарською діяльністю підприємства (менеджмент); 17. Функції та технологія управління підприємством (менеджмент); 18. Види планування: стратегічне, тактичне планування. 19. Контролювання, моніторинг і діагностика діяльності підприємств. 20. Принципи та методи управління підприємством (менеджменту). 21. Інформації та комунікації в управлінні підприємством. Згідно з Наказом МОН від 06.11.2015 №1151 Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266, а саме, таблицею відповідності Переліку наукових спеціальностей (Перелік 2011) та Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти (Перелік 2015), спеціальність 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» відповідає спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Таким чином, зміст дисертації Ястремської О.О. повністю відповідає спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), дисертаційна робота задовольняє вимогам, які ставляться до дисертацій на здобуття ступеня доктора наук, а саме вимогам п. 7, 8, 9 Порядку присудження та позбавлення наукового ступеня доктора наук, затвердженого Постановою КМУ від 17 листопада 2021 р. № 1197, і може бути рекомендована до захисту у спеціалізованій вченій раді ХНЕУ ім. С. Кузнеця за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

8. Рішенням фахового семінару, проведеного на розширеному засіданні кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування (протокол №3 від 04.09.2025 р.) УХВАЛИЛИ:

8.1. Затвердити Висновок про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів докторської дисертації Ястремської Олеси Олександрівни «Стратегування розвитку підприємств в умовах екооміки вражень», яка представлена на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

8.2. Рекомендувати дисертаційну роботу на тему «Стратегування розвитку підприємств в умовах екооміки вражень», виконану Ястремською О.О. до публічного захисту докторської дисертації з метою присудження наукового ступеня доктора наук у спеціалізованій вченій раді ХНЕУ ім. С. Кузнеця за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

25.09.2025 р.

Рецензенти:

д. е. н., професор
професор кафедри
менеджменту, бізнесу і адміністрування

Олена ГАВРИЛЬЧЕНКО

д. е. н., доцент
професор кафедри
менеджменту, бізнесу і адміністрування

Інна ГРУЗИНА

д. е. н., доцент
професор кафедри
менеджменту, бізнесу і адміністрування

Олена ДРУГОВА

Підписи засвідчую:

Вчений секретар ХНЕУ ім. С. Кузнеця



Оксана ПИСАРЧУК