

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Проректор з наукової роботи
та інноваційної діяльності**

**Національного університету біоресурсів
і природокористування України
доктор сільськогосподарських наук,
професор**



**Оксана ТОНХА
2025 р.**

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації

Кривошея Олександра Вячеславовича

на тему: **«Обліково-аналітичне забезпечення**

маркетингової діяльності підприємств агробізнесу»,

поданої на здобуття ступеня доктора філософії

зі спеціальності **071 «Облік і оподаткування»**

галузі знань **07 «Управління та адміністрування»**

Витяг з протоколу № 3 фахового семінару наукової ради економічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України від «03» грудня 2025 року.

Присутні члени наукової ради економічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України: А. Д. Діброва, завідувач кафедри статистики та економічного аналізу, доктор економічних наук, професор, голова наукової ради; А. О. Музиченко, декан економічного факультету, доцент кафедри статистики та економічного аналізу, кандидат економічних наук, доцент, заступник голови наукової ради; Н. Р. Швець, завідувач кафедри фінансів, доктор економічних наук, професор, заступник голови наукової ради, гарант освітньо-наукової програми «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»; З. М. Тітенко, доцент кафедри фінансів, доктор економічних наук, доцент, секретар наукової ради; Л. В. Гуцаленко, професор кафедри обліку та оподаткування, доктор економічних наук, професор гарант освітньо-наукової програми «Облік і оподаткування»; М. М. Ільчук, завідувач кафедри організації підприємництва та біржової діяльності, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН; С. М. Кваша, проректор з науково-педагогічної роботи та розвитку, професор кафедри глобальної економіки, доктор економічних наук, професор, академік НААН; Т. В. Куць, заступник декана економічного факультету з наукової роботи, доцент кафедри статистики та економічного аналізу, кандидат економічних наук, доцент; І. Д. Лазаришина, професор кафедри статистики та економічного аналізу, доктор економічних наук, професор; О. О. Лемішко, професор кафедри фінансів, доктор економічних наук, доцент; С. В. Мельниченко, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, доктор економічних наук, професор; Т. В. Мірзоева, професор кафедри економіки, доктор економічних наук, професор; В. І. Радько, професор кафедри організації підприємництва та біржової діяльності, доктор економічних наук, професор; Н. Л. Савченко, голова ради аспірантів економічного факультету; Л. М. Худолій, професор кафедри банківської справи та страхування, доктор економічних наук, професор.

Інші присутні на засіданні наукової ради економічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України: В. С. Литвиненко, завідувач кафедри обліку та оподаткування, кандидат економічних наук, доцент; О. В. Кривошей, здобувач ступеня доктора філософії.

Порядок денний: обговорення основних наукових результатів дисертації **Кривошея Олександра Вячеславовича** на тему: «**Обліково-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу**», поданої на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Тему дисертації затверджено науковою радою економічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол № 8 від 20 червня 2022 року).

Дисертацію виконано на кафедрі обліку та оподаткування економічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України.

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент **Литвиненко Володимир Сергійович**, завідувач кафедри обліку та оподаткування Національного університету біоресурсів і природокористування України.

Слухали: доповідь здобувача О. В. Кривошея щодо основних положень дисертації. У виступі здобувача було представлено комплексне дослідження теоретичних, методичних і організаційно-практичних засад удосконалення обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності підприємств аграрного сектору. Обґрунтовано актуальність теми, що зумовлена зростанням ролі маркетингових інвестицій у формуванні конкурентоспроможності аграрних підприємств, зростанням потреб у прозорості витрат, адаптації облікових систем до умов цифрової трансформації й сучасних аналітичних моделей. Наголошено, що чинні облікові практики аграрних підприємств не забезпечують належної деталізації інформації щодо маркетингових витрат, що ускладнює їхню аналітичну оцінку, розроблення ефективної управлінської звітності та прийняття стратегічних рішень. Метою дисертаційного дослідження є розвиток теоретичних засад і наукове обґрунтування методичних підходів до вдосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу із урахуванням галузевих особливостей і можливостей сучасних цифрових технологій. Методичну основу дослідження становлять діалектичний метод пізнання економічних процесів, системний підхід, методи аналізу і синтезу, індукції та дедукції, а також економіко-математичні методи, зокрема кореляційно-регресійний, факторний і панельний аналіз. Застосування сучасних цифрових інструментів – Python, Power BI, Excel – забезпечило відтворюваність розрахунків та верифікацію емпіричних результатів. У роботі уточнено сутність маркетингової діяльності як об'єкта обліку та аналізу, виокремлено її від суміжних процесів, зокрема збуту. На основі аналізу міжнародної (IFRS, US GAAP, HGB) та національної (НП(С)БО) нормативної бази сформульовано принципи класифікації маркетингових витрат, критерії їх визнання, капіталізації та розмежування у фінансовому й управлінському обліку. У науковій новизні запропоновано комплексну класифікацію маркетингових витрат аграрних підприємств із виокремленням функціональних груп та узгодженням аналітичної структури з потребами управлінського й фінансового обліку. Обґрунтовано потребу в деталізації витрат у межах рахунку 93, удосконалено методику їх облікової оцінки з урахуванням коротко- та довгострокових маркетингових інвестицій, розроблено типові кореспонденції бухгалтерських рахунків. Запропоновано організаційні рішення щодо документування маркетингових витрат, які включають стандартизацію форм первинних документів, регламентацію документообігу та впровадження цифрових технологій – штучного інтелекту (AI) й оптичного розпізнавання символів (OCR). Запропоновано методику відображення маркетингових витрат у фінансовій та управлінській звітності на основі дворівневої класифікації: операційні, капітальні витрат та витрати майбутніх періодів, а також деталізації за каналами комунікації та напрямками діяльності. Наукову новизну дослідження становить запропонована класифікація маркетингових витрат з урахуванням функціональних груп і потреб управлінського й фінансового обліку, а також авторська чотирьохетапна модель обліково-аналітичної оцінки ефективності маркетингової діяльності, що охоплює систему показників результативності (ROMI, ROI, маржинальний прибуток, коефіцієнт еластичності попиту, CVP-аналіз). Запропоновано адаптацію ABC-, XYZ-, факторного та регресійного аналізів до умов сезонності аграрного виробництва. Сформовано архітектуру аналітичного забезпечення маркетингової діяльності як складової

підсистеми стратегічного управління, що включає бюджетування, контроль, прогнозування та сценарний аналіз. Для оцінювання рівня збутової орієнтації підприємства запропоновано Індекс збутового пріоритету (ІЗП). Емпіричну базу дослідження склали фінансові звіти аграрних підприємств, статистичні дані та агреговані показники системи YouControl, що дозволило забезпечити високий рівень достовірності та глибини аналітичних висновків.

Здобувачці було поставлено 18 запитань, на які доповідачка надала обґрунтовані відповіді та пояснення.

Виступили:

Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент В. С. Литвиненко у своєму виступі зазначив, що дисертація О. В. Кривошея присвячена актуальній і водночас складній для аграрного сектору темі – удосконаленню системи обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності підприємств. Здобувач продемонстрував глибоке знання теоретичних основ і сучасних практик бухгалтерського обліку та економічного аналізу маркетингових витрат, володіння цифровими інструментами, а також уміння інтегрувати економічні, методичні та інформаційно-технологічні підходи у межах комплексного наукового дослідження. Серед ключових результатів дисертації відзначено: обґрунтування класифікації витрат маркетингової діяльності з урахуванням функціонального призначення та аналітичної цінності; удосконалення методики їх облікової оцінки із розмежуванням короткострокових витрат і довгострокових маркетингових інвестицій; формування типових бухгалтерських рішень і кореспонденцій для обліку відповідних операцій. Окрему увагу приділено підходам здобувача до стандартизації документального супроводу маркетингових витрат і впровадження електронного документообігу з використанням сучасних технологій штучного інтелекту (AI) та оптичного розпізнавання символів (OCR). Вагомим внеском у розвиток прикладної аналітики є створення інтегрованої аналітичної архітектури, яка поєднує CVP-аналіз, ABC-, XYZ-моделі, а також інструментарій економетричного моделювання для оцінювання ефективності маркетингової діяльності. Результати дослідження мають значну практичну цінність для підприємств агробізнесу, оскільки сприяють підвищенню прозорості маркетингових витрат, якості управлінської звітності та обґрунтованості стратегічних рішень. Здобувач продемонстрував високу відповідальність, самостійність і наукову наполегливість, здатність до комплексного аналізу й аргументованого вирішення складних наукових завдань. Представлена робота повністю відповідає вимогам, що висуваються до дисертацій на здобуття ступеня доктора філософії.

Експерти:

Гуцаленко Л. В., доктор економічних наук, професор, у своєму виступі відзначила логічність і системність побудови дисертації, чітке формулювання мети та завдань, а також повноту їх реалізації здобувачем. Експертка підкреслила, що автором проведено ґрунтовний аналіз стану обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності в аграрних підприємствах, поєднано теоретичні положення з глибоким емпіричним дослідженням і сучасними цифровими методами обробки даних. Особливу увагу приділено розробленій здобувачем чотирьохетапній моделі оцінки маркетингових витрат і доходів, обґрунтуванню методики електронного документообігу із застосуванням AI/OCR-технологій, а також формуванню архітектури аналітичної системи маркетингової діяльності аграрних підприємств. Експертка відзначила, що поєднання фінансового, управлінського та цифрового аспектів суттєво підвищує наукову і практичну цінність отриманих результатів. Серед зауважень експертка висловила побажання уточнити окремі елементи класифікації маркетингових витрат, посилити обґрунтування запропонованої структури рахунку 93 та конкретизувати взаємозв'язок між ознаками класифікації й аналітичними рахунками. Також зазначено доцільність розширення прикладної частини управлінської звітності з огляду на сезонність агровиробництва. Втім, зауваження мають дискусійний характер і не впливають на загальну позитивну оцінку дослідження. На основі аналізу дисертації експерткою запропоновано дати їй загальну позитивну оцінку, як такої, що відповідає вимогам Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня

доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12 січня 2022 року, та рекомендувати дисертацію для подання до розгляду та захисту у разовій спеціалізованій вченій раді на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Музиченко А. О., кандидат економічних наук, доцент, у своєму виступі відзначив високу актуальність дисертації О. В. Кривошея, зумовлену трансформаційними процесами в аграрному секторі, воєнними ризиками та цифровізацією облікових систем. Він підкреслив цілісність наукового підходу здобувача, логічність структури роботи, обґрунтованість використаної методології та широку інформаційну базу дослідження. Експерт позитивно оцінив удосконалення підходів до класифікації й обліку маркетингових витрат, розвиток інформаційно-методичного забезпечення їх аналізу із застосуванням факторного, регресійного, ABC-, XYZ- та CVP-аналізу, а також формування інтегрованої цифрово-аналітичної системи бюджетування, контролю й прогнозування витрат із використанням Індексу збутового пріоритету. Особливу увагу приділено практичній значущості результатів, підтвердженій впровадженням рекомендацій на рівні органів державного управління, аграрних підприємств, закладів вищої освіти та професійних навчальних платформ. Серед зауважень експерт назвав потребу уточнення окремих методичних аспектів (оцінка рекламних запасів, групування ризиків документообігу, чіткіше позиціювання IT-рішень та стислий виклад окремих фрагментів аналізу), наголосивши, що вони мають дискусійний характер і не знижують загальної позитивної оцінки. На основі аналізу дисертації експертом запропоновано дати їй загальну позитивну оцінку, як такої, що відповідає вимогам Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12 січня 2022 року, та рекомендувати дисертацію для подання до розгляду та захисту у разовій спеціалізованій вченій раді на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

В обговоренні результатів дисертації взяли участь: доктор економічних наук, професор, академік НААН С. М. Кваша; доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН М. М. Ільчук; доктор економічних наук, професор А. Д. Діброва; доктор економічних наук, професор Л. М. Худолій; доктор економічних наук, професор Н. Р. Швець; доктор економічних наук, професор І. Д. Лазаришина; доктор економічних наук, професор Т. В. Мірзоева; доктор економічних наук, професор О. О. Лемішко; доктор економічних наук, професор З. М. Тітенко.

Виступаючи зазначили, що дисертацію О. В. Кривошея виконано на актуальну та важливу тему, робота вирізняється логічністю викладу, науковою новизною, високим рівнем аналітичного опрацювання матеріалу та наявністю практичних рекомендацій. Дослідження відповідає вимогам наказу Міністерства освіти і науки України № 40 від 12 січня 2017 року «Про затвердження вимог до оформлення дисертації», Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12 січня 2022 року.

Водночас, у ході фахової дискусії було висловлено низку конструктивних зауважень і пропозицій щодо подальшого удосконалення роботи, які спрямовані на підвищення її методичної цілісності та відповідності спеціальності 071 «Облік і оподаткування». Зокрема, звернено увагу на формулювання елементів наукової новизни, зокрема на використання терміну «архітектура аналітичного забезпечення», який, на думку експертів, не повною мірою відповідає понятійному апарату спеціальності. Підкреслено важливість узгодженості запропонованої класифікації витрат у всіх розділах роботи. Зокрема, члени наукової ради звернули увагу, що класифікація витрат, запропонована у теоретичній частині, має повною мірою відображатися у формі маркетингового бюджету та формах звітів. Рекомендовано усунути розбіжності у назвах та складі статей витрат. Позитивно відзначено включення до роботи аспектів цифровізації обліку, застосування сучасних інформаційних

технологій та інструментів штучного інтелекту. Члени наукової ради підкреслили, що виділення інформаційно-генерувальної та контрольної-аналітичної функцій обліку є методично виваженою і перспективною пропозицією.

Було підтримано пропозицію експертів про рекомендацію дисертації О. В. Кривошея для подання до розгляду та захисту у разовій спеціалізованій вченій раді на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Постановили: заслухавши та обговоривши дисертацію **Кривошея Олександра Вячеславовича** на тему: **«Обліково-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу»**, члени наукової ради економічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України ухвалили:

1. Актуальність теми дисертації. Дисертація О. В. Кривошея присвячена дослідженню проблематики обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу – наперям, що в умовах воєнних викликів, цифрової трансформації та зростання ринкової турбулентності набуває особливої актуальності. У більшості аграрних підприємств бухгалтерський облік і досі залишається орієнтованим переважно на потреби податкового та фінансового обліку, що призводить до фрагментарного відображення маркетингових витрат, відсутності уніфікованих підходів до їх класифікації й документального оформлення, а також недостатньої аналітичної наповненості управлінської звітності.

Водночас маркетинг дедалі частіше розглядається як інтегрована система створення доданої вартості, управління попитом, бюджетування та аналітики. Проте, низка факторів – таких як відсутність чіткого нормативного визначення маркетингових витрат, нерозмежованість маркетингових і збутових операцій, слабка інтеграція управлінської аналітики з даними бухгалтерського обліку, а також недостатня урегульованість процесів електронного документообігу – обмежують здатність аграрних підприємств ефективно планувати, оцінювати та контролювати маркетингову діяльність.

З огляду на сезонність агровиробництва, вагому частку логістичних витрат у собівартості продукції, нестабільність споживчої поведінки та актуальні завдання післявоєнного економічного відновлення, питання удосконалення методики обліку та аналізу маркетингових витрат набуває особливої ваги. Формування єдиної класифікації, регламентованого порядку документального оформлення, облікового відображення та аналітичного опрацювання маркетингових витрат створює підґрунтя для підвищення прозорості управлінської інформації, оптимізації витрат і зміцнення конкурентоспроможності аграрного бізнесу як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

2. Зв'язок теми дисертації з державними програмами, науковими напрямами Університету та кафедри. Тема дисертації є актуальною з огляду на зростаючу потребу в удосконаленні обліку та аналітичного опрацювання даних, що забезпечують якісну інформаційну основу для управління маркетинговою діяльністю підприємств агробізнесу. Сучасні умови функціонування агробізнесу, зокрема динамічність ринкового середовища, поява нових каналів взаємодії зі споживачами, прискорена цифровізація та зміна форм організації бізнес-процесів, вимагають удосконалення підходів до відображення, узагальнення й аналізу даних про маркетингову діяльність. Обрана тема органічно вписується у наукові напрями Національного університету біоресурсів і природокористування України та виконана в межах науково-дослідної роботи «Обліково-контрольне забезпечення управління діяльністю й оподаткування суб'єктів господарювання в умовах сталого розвитку» (номер державної реєстрації 0121U110614). У цьому контексті дослідження спрямоване на розвиток теоретичних і методичних засад формування обліково-аналітичної інформації про маркетингову діяльність аграрних підприємств, визначення підходів до її класифікації та документування, а також окреслення можливостей цифровізації облікових процесів відповідно до сучасних потреб управління.

3. Особистий внесок здобувача в отриманні наукових результатів та вирішенні конкретного наукового завдання. Здобувачем самостійно проведено комплексний аналіз наукової літератури, нормативно-правових актів, положень національних і міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, а також статистичних та фінансових даних підприємств агробізнесу, що стосуються обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності.

У результаті дослідження сформовано авторське бачення змісту маркетингової діяльності як об'єкта обліку й аналізу, визначено її структурні компоненти, окреслено критерії розмежування маркетингових, збутових і логістичних витрат з урахуванням їх функціонального призначення в системі управління.

Здобувачем розроблено класифікаційну модель маркетингових витрат аграрних підприємств для цілей бухгалтерського та управлінського обліку. Уточнено підходи до структурування рахунку 93, зокрема запропоновано деталізацію на субрахунки й аналітичні рахунки, що забезпечує підвищення прозорості й аналітичної цінності облікової інформації. Сформовано пропозиції щодо організації документування маркетингових операцій та впровадження електронного документообігу із застосуванням сучасних цифрових інструментів – зокрема, штучного інтелекту (AI) та технологій оптичного розпізнавання символів (OCR).

Розроблено методику облікової оцінки маркетингових витрат, а також визначено критерії їх визнання в обліку з урахуванням коротко- і довгострокового впливу на економічні результати підприємства. Автором самостійно виконано низку економіко-математичних розрахунків – зокрема, застосовано методи регресійного, ABC- та XYZ-аналізу, адаптованих до специфіки сезонності й ризикованості аграрного виробництва.

Здобувачем побудовано інтегровану модель аналітичного забезпечення маркетингової діяльності та розроблено авторський підхід до формування Індексу збутового пріоритету як індикатора стратегічної орієнтації підприємства на ринок.

Усі етапи інтерпретації отриманих результатів, їх систематизація, формулювання наукових висновків і прикладних рекомендацій здійснено здобувачем самостійно за методичного супроводу наукового керівника.

Особистий внесок здобувача у колективних наукових працях чітко визначено й наведено у переліку опублікованих наукових публікацій за темою дисертації.

4. Достовірність і обґрунтованість отриманих результатів і запропонованих автором рішень, висновків, рекомендацій. Результати дисертаційного дослідження здобувача є достовірними та науково обґрунтованими, що забезпечено використанням комплексного методичного інструментарію, який поєднує загальнонаукові, спеціальні та прикладні методи дослідження.

У роботі застосовано системний, порівняльний і факторний підходи до аналізу економічних явищ, а також сучасні аналітичні інструменти: ABC-аналіз, XYZ-аналіз, CVP-аналіз, кореляційно-регресійне моделювання. Окрему увагу приділено використанню методів економічної діагностики маркетингової діяльності аграрних підприємств, що дозволило забезпечити глибину і багатовимірність дослідження.

Обробка, візуалізація та інтерпретація даних здійснювалися з використанням сучасного програмного забезпечення – Python, Excel, Power BI, що сприяло підвищенню точності, відтворюваності та репрезентативності отриманих результатів.

Достовірність висновків підтверджується залученням широкої емпіричної бази, яка включає фінансову звітність аграрних підприємств, офіційні статистичні матеріали, а також дані аналітичних агрегаторів, зокрема YouControl.

Сформульовані в дисертації наукові висновки та практичні рекомендації логічно відповідають меті, завданням і структурі дослідження, що засвідчує їх аргументованість, узгодженість і високу практичну значущість для суб'єктів агробізнесу, системи обліку та управлінської аналітики в умовах цифрової трансформації економіки.

5. Наукова новизна основних результатів дослідження. У дисертації автором удосконалено методичні засади обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності

підприємств аграрного сектору в умовах цифрової трансформації та зростання інформаційних вимог до управлінських рішень.

Поглиблено класифікацію маркетингових витрат шляхом обґрунтування ознак і критеріїв їх групування за функціональними, часовими, обліковими та управлінськими характеристиками, що дозволяє гармонізувати дані фінансового та управлінського обліку й формувати релевантну інформацію для стратегічного управління.

Удосконалено методичні підходи до документування маркетингових операцій на основі стандартизації первинних форм, визначення обов'язкових реквізитів та регламентації документообігу. Обґрунтовано можливості впровадження технологій штучного інтелекту (AI) і оптичного розпізнавання символів (OCR) у процеси електронного документообігу, що забезпечує автоматизацію та підвищення надійності облікових процедур.

Розвинуто методику облікової оцінки маркетингових витрат шляхом деталізації структури рахунку 93, визначення правил розмежування короткострокових витрат і довгострокових інвестицій у маркетингові активи, а також формування типових кореспонденцій рахунків для забезпечення єдності відображення господарських операцій.

Набули подальшого розвитку методичні підходи до аналітичної оцінки маркетингових витрат, зокрема через інтеграцію методів ABC-, XYZ-, CVP- та регресійного аналізу. Особливу увагу приділено адаптації зазначених методів до умов сезонності, циклічності та логістичної специфіки аграрного виробництва.

Обґрунтовано архітектуру аналітичного забезпечення маркетингової діяльності, яка включає функції бюджетування, контролю, прогнозування витрат і оцінювання ефективності маркетингових рішень. Запропонована модель може бути адаптована до цифрового середовища аграрних підприємств і виступає складовою стратегічної інформаційної системи.

Зазначені положення свідчать про наукову новизну отриманих результатів і їхній внесок у розвиток теорії та практики бухгалтерського обліку, управлінської аналітики й цифрової трансформації обліково-аналітичного забезпечення в аграрному секторі економіки.

6. Практична цінність результатів дослідження та їх впровадження. На основі проведеного дослідження автором розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу. Запропоновані підходи до класифікації, документування, облікової оцінки та аналітичної інтерпретації маркетингових витрат впроваджено в діяльність органів державної влади, підприємств аграрного сектору та закладів освіти, що підтверджується відповідними довідками про використання результатів дослідження.

Методичні засади обліку маркетингових витрат, документального оформлення та оцінювання ефективності витрат (ABC-аналіз, панельна регресія) враховано у роботі Департаменту агропромислового розвитку Чернігівської ОДА. На рівні аграрних підприємств результати дослідження використано для розбудови обліково-аналітичної інфраструктури, впровадження рахунків обліку маркетингових витрат, стандартизації документування та удосконалення управлінської звітності у ТОВ «Поліський Агрохолдинг», ТОВ «Борзна-агроптахопродукт», ТОВ «Українська молочна компанія» та ТОВ «СВТ Агро». У освітньому процесі НУБіП України результати дослідження інтегровано у зміст дисципліни «Облікове забезпечення управління підприємством у ERP-системі» для магістрів спеціальності 071 «Облік і оподаткування». У сфері професійної підготовки напруцювання автора застосовано в освітніх програмах онлайн-школи IAMP для формування компетентностей у сфері аналітичного моделювання, застосування AI-інструментів і побудови управлінських звітів.

Практичний ефект отриманих результатів полягає у підвищенні якості обліку маркетингових витрат, оптимізації інформаційних потоків, удосконаленні управлінської аналітики та забезпеченні прийняття обґрунтованих рішень в агробізнесі. Отримані рекомендації можуть бути використані підприємствами, закладами освіти та державними інституціями для підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю.

7. Перелік наукових праць, які відображають основні результати дисертації. Основні положення виконаного О. В. Кривошеєм дослідження опубліковано у 14 наукових працях, з яких 6 статей у наукових виданнях, включених до Переліку наукових фахових видань України, 8 тез наукових доповідей.

**Статті у наукових виданнях,
включених до Переліку наукових фахових видань України**

1. Литвиненко В. С., **Кривошей О. В.** Класифікація витрат маркетингової діяльності в обліку сільськогосподарських підприємств. Економіка і управління бізнесом. 2023. Т. 14. № 3. С. 66–83 (*Литвиненком В. С. уточнено методичні підходи до структурування класифікаційної моделі; надано пропозиції щодо логіки подання матеріалу, узгодження термінології та формулювання окремих положень; здійснено фахове рецензування, наукове редагування та перевірку відповідності моделі вимогам чинних нормативно-правових актів; узгоджено підсумкові висновки. Кривошеєм О. В. обґрунтовано концепцію удосконалення класифікації витрат маркетингової діяльності; сформовано її ознаки, критерії та структуру; розроблено модель узгодження облікових та аналітичних характеристик витрат; проведено аналіз наукових і практичних джерел, сформульовано висновки та підготовлено основний текст статті*).

2. Кривошей О. В. Методи оцінки ефективності витрат на маркетингові дослідження в агробізнесі: обліковий та аналітичний підходи. Український економічний часопис. 2024. № 7. С. 40–47.

3. Кривошей О. В. Цифрові підходи до обліку та аналізу маркетингової діяльності агробізнесу України: інструменти, методи та перспективи. Український економічний часопис. 2025. № 8. С. 32–39.

4. Кривошей О. В. Інструменти штучного інтелекту в обліку маркетингової діяльності. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2025. № 18. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-18-09-01>.

5. Литвиненко В. С., **Кривошей О. В.** Документальне забезпечення обліку маркетингової діяльності в умовах цифрової трансформації підприємств агробізнесу. Економіка та суспільство. 2025. № 76. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-20> (*Литвиненком В. С. уточнено методичні підходи до структурування процесів документообігу; надано пропозиції щодо логіки побудови моделі електронного документообігу та її інтеграції в систему обліку; здійснено фахове рецензування рукопису, доопрацьовано окремі положення з урахуванням сучасних нормативних вимог, узгоджено підсумкові висновки та забезпечено наукове редагування роботи. Кривошеєм О. В. обґрунтовано підходи до удосконалення документального супроводу маркетингової діяльності; сформовано вимоги до первинних документів і регламентів документообігу; запропоновано послідовність впровадження електронного документообігу з використанням AI/OCR та уніфікацією електронних форм; виконано аналітичний огляд джерел, сформовано висновки та підготовлено основний текст статті*).

6. Кривошей О. В. Аналітична оцінка ефективності витрат маркетингової діяльності аграрних підприємств. Ефективна економіка. 2025. № 9. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.9.92%20>.

Тези наукових доповідей

7. Литвиненко В. С., **Кривошей О. В.** Облікова реєстрація попиту на продукцію підприємств агробізнесу в умовах повоєнної стабілізації. Стратегія інноваційного розвитку аграрних формувань України: аналітико-прогностичний аспект: IV Міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, 5–6 жовтня 2022 року: тези доповіді. Київ, 2022. С. 67–70. (*Кривошеєм О. В. здійснено теоретичне узагальнення підходів до облікової реєстрації попиту. Литвиненком В. С. уточнено теоретичні положення та здійснено редагування матеріалу*).

8. **Кривошей О. В.,** Литвиненко В. С., Методичні засади організації обліку маркетингових витрат з використанням інформаційних технологій. Нові інформаційні технології управління бізнесом: VII Всеукраїнська науково-практична конференція, м. Київ,

15 березня 2023 року: тези доповіді. Київ, 2023. С. 84–86. *(Кривошеєм О. В. уточнено методичні положення щодо організації обліку маркетингових витрат з використанням цифрових технологій. Литвиненком В. С. зроблено огляд літератури).*

9. Литвиненко В. С., **Кривошей О. В.** Трансформація обліку маркетингових витрат в умовах глобалізації. Фінанси, облік та оподаткування: теорія і практика: XIV Міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, 23 листопада 2023 року: тези доповіді. Київ, 2023. С. 38–40. *(Кривошеєм О. В. проведено аналіз впливу глобалізаційних чинників на трансформацію обліку та сформульовано пропозиції щодо модернізації системи відображення маркетингових витрат. Литвиненком В. С. узгоджено теоретичні положення).*

10. Литвиненко В. С., **Кривошей О. В.** Інтеграція Big Data в стратегії маркетингової аналітики агробізнесу. Нові інформаційні технології управління бізнесом: VII Всеукраїнська науково-практична конференція, м. Київ, 15 лютого 2024 року: тези доповіді. Київ, 2024. С. 144–146. *(Кривошеєм О. В. обґрунтовано можливості застосування Big Data у маркетинговій аналітиці агробізнесу та окреслено напрями інтеграції цифрових інструментів в облікові процеси. Литвиненком В. С. здійснено наукове редагування).*

11. **Кривошей О. В.**, Литвиненко В. С. Інновації в обліку маркетингової діяльності як ключ до сталого розвитку агробізнесу. AGRICULTURAL AND FOOD ECONOMICS – 2024: Міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, 19–20 вересня 2024 року: тези доповіді. Київ, 2024. С. 261–262. *(Кривошеєм О. В. сформовано підходи до впровадження інновацій у систему обліку маркетингової діяльності та визначено їх прикладне значення для агробізнесу. Литвиненком В. С. удосконалено формулювання висновків).*

12. Кривошей О. В. Підходи до вдосконалення облікових процесів у маркетинговій діяльності агробізнесу. Проблеми та перспективи розвитку підприємства: XVIII Міжнародна науково-практична конференція, м. Харків, 29 листопада 2024 року: тези доповіді. Харків, 2024. С. 256–258.

13. **Кривошей О. В.**, Литвиненко В. С. Використання хмарних технологій у системі обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу. Нові інформаційні технології управління бізнесом: VIII Всеукраїнська науково-практична конференція, м. Київ, 12 лютого 2025 року: тези доповіді. Київ, 2025. С. 176–179. *(Кривошеєм О. В. досліджено можливості використання хмарних сервісів в обліково-аналітичних процесах та розроблено пропозиції щодо їх інтеграції в маркетингову діяльність підприємств агробізнесу. Литвиненком В. С. опрацьовано огляд літератури).*

14. Кривошей О. В. Роль Big Data у вдосконаленні аналітичного обліку маркетингових витрат. Облік, контроль і оподаткування на шляху повоєнного відновлення України та досягнення цілей сталого розвитку: X Міжнародна науково-практична конференція, присвячена 100-річчю від дня народження академіка Миколи Григоровича Чумаченка, м. Київ, 10–11 квітня 2025 року: тези доповіді. Київ, 2025. С. 347–350.

8. Апробація основних результатів дослідження. Основні наукові положення, результати та висновки дисертаційного дослідження О. В. Кривошея пройшли апробацію в ході обговорення на вітчизняних і міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема: IV Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегія інноваційного розвитку аграрних формувань України: аналітико-прогностичний аспект» (м. Київ, 2022 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Методичні засади організації обліку маркетингових витрат з використанням інформаційних технологій» (м. Київ, 2023 р.); XIV Міжнародній науково-практичній конференції «Фінанси, облік та оподаткування: теорія і практика» (м. Київ, 2023 р.); VII Всеукраїнській науково-практичній конференції «Нові інформаційні технології управління бізнесом» (м. Київ, 2024 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «AGRICULTURAL AND FOOD ECONOMICS – 2024» (м. Київ, 2024 р.); XVIII Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва» (м. Харків, 2024 р.); VIII Всеукраїнській науково-практичній конференції «Нові інформаційні технології управління бізнесом» (м. Київ, 2025 р.); X Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій 100-річчю від дня народження академіка Миколи Григоровича

Чумаченка «Облік, контроль і оподаткування на шляху повоєнного відновлення України та досягнення цілей сталого розвитку» (м. Київ, 2025 р.).

Ухвалили:

Дисертація здобувача ступеня доктора філософії Кривошея Олександра Вячеславовича на тему: «Обліково-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу» є завершеною кваліфікаційною науковою працею, у якій вирішено актуальне наукове завдання щодо уточнення теоретичних положень та вдосконалення окремих організаційних і методичних аспектів обліку й аналізу маркетингових витрат підприємств агробізнесу, що має істотне значення для галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Дисертація відповідає вимогам наказу Міністерства освіти і науки України № 40 від 12 січня 2017 року «Про затвердження вимог до оформлення дисертації», Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12 січня 2022 року.

З урахуванням наукової зрілості та професійних якостей здобувача Кривошея Олександра Вячеславовича дисертація на тему: «Обліково-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу» рекомендується для подання до розгляду та захисту у разовій спеціалізованій вченій раді на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Рішення прийнято одногосно.

**Головуючий на засіданні
наукової ради економічного факультету
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
доктор економічних наук, професор**



Анатолій ДІБРОВА

**Експерти:
Професор кафедри обліку та оподаткування
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
доктор економічних наук, професор**



Любов ГУЦАЛЕНКО

**Декан економічного факультету,
доцент кафедри статистики та економічного аналізу
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
кандидат економічних наук, доцент**



Андрій МУЗИЧЕНКО

**Відповідальний за атестацію здобувачів
вищої освіти ступеня доктора філософії**



Сергій БОЯРЧУК