

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Проректор з наукової роботи
та інноваційної діяльності
Національного університету біоресурсів
і природокористування України
доктор сільськогосподарських наук,
професор**

Оксана ТОНХА

«30» 04 2026 р.

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації
Корнійчука Тимофія Андрійовича
на тему: **«Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості
сільськогосподарських підприємств в процесі відбудови економіки України»**,
поданої на здобуття ступеня доктора філософії
зі спеціальності **075 «Маркетинг»**
галузі знань **07 «Управління та адміністрування»**

Витяг з протоколу № 4 фахового семінару кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України від «22» квітня 2026 року.

Присутні члени фахового семінару кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України: В. М. Бондаренко, декан факультету аграрного менеджменту, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, доктор економічних наук, професор, гарант освітньо-наукової програми, головуючий на засіданні фахового семінару; К. А. Алексеєва, доцент кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту, доктор економічних наук, доцент, експертка; М. М. Деліні, професор кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту, доктор економічних наук, професор, експертка; І. В. Левицька, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, доктор економічних наук, професор; М. П. Талавиря завідувач кафедри економічної теорії, доктор економічних наук, професор; В. Л. Вакуленко, доцент кафедри менеджменту імені професора Й. С. Завадського, кандидат економічних наук, доцент; О. М. Барілович, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент; В. Л. Гераймович, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент; В. В. Лазебник, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент, експертка; О. П. Луцій, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, професор, науковий керівник; О. С. Москвічова, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент; О. В. Нагорна, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент; О. В. Омеляненко, викладач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, доктор філософії з галузі знань «Маркетинг»; А. В. Рябчик, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент.

Інші присутні на засіданні фахового семінару кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України: Т. А. Корнійчук, здобувач ступеня доктора філософії; Чен Гаоцзян, здобувач ступеня доктора філософії.

Порядок денний: обговорення основних наукових результатів дисертації Т. А. Корнійчука на тему: «Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств в процесі відбудови економіки України», поданої

на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Тему дисертації затверджено вченою радою факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол № 3 від 21 жовтня 2021 року).

Дисертацію виконано на кафедрі маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України.

Науковий керівник: кандидат економічних наук, професор **Луцій Олександр Павлович**, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України.

Слухали: доповідь здобувача Т. А. Корнійчука про основні положення дисертації. Здобувачем було представлено основні положення дисертації, її зміст, мету та результати дослідження. У доповіді приділено увагу обґрунтуванню і розробленню методологічного та прикладного інструментарію маркетингових досліджень інвестиційної привабливості підприємств з побудовою інтегральної методики оцінювання вартості активів сільськогосподарських підприємств з поправкою на формування організаційно-економічного механізму інвестиційної діяльності в аграрному секторі економіки України.

Досліджено інструментарій маркетингового аналізу інвестиційного середовища, який забезпечує ідентифікацію бар'єрів залучення інвестицій та формування рекомендацій щодо їх усунення, узагальнено класифікацію маркетингових досліджень, сформовану на основі аналізу наукових джерел. Запропонований підхід систематизує дослідження за ключовими ознаками – метою, призначенням, джерелами інформації, напрямками, суб'єктами проведення, частотою, термінами, охопленням і територією. Проведено систематизацію методів маркетингових досліджень, які згруповані за функціональними блоками, а саме: загальнонаукові методи, методи збору інформації, аналітичні та прогностичні методи, а також спеціальні маркетингові інструменти тощо.

В дисертації представлено модель оцінювання інвестиційної привабливості підприємства, створену на основі критичного аналізу відкритих інформаційних джерел, новизна якої полягає у формуванні структури показників, що поєднують фінансову стійкість, ліквідність, рентабельність, ділову активність, боргове навантаження та маркетингові індикатори в єдину аналітичну модель. Запропонований підхід забезпечує більш цілісну оцінку інвестиційної привабливості та підвищує точність прийняття управлінських і інвестиційних рішень.

У процесі кабінетних дослідження діючих положень та функціональних повноважень органів влади було виявлено низький рівень інституційної узгодженості та значне дублювання функцій між міністерствами, відомствами й підпорядкованими цим органам установами. Зокрема, однакові функції щодо формування, реалізації, залучення та супроводу інвестиційних проєктів виконує одразу ціла низка органів управління, що ускладнює координацію, знижує ефективність управління та створює адміністративні бар'єри для інвесторів. Характерною ознакою існуючої структури управління є наявність інвестиційних функцій у діяльності органів, для яких вони не є профільними, наприклад, таких як: органах цивільного захисту, екологічного нагляду, державного контролю у сфері праці, земельних ресурсів та окремих регуляторних інституціях, що підтверджує фрагментарність та неузгодженість механізму управління інвестиційною діяльністю.

Статистичний аналіз динаміки врожайності зернових культур у 2022–2024 роках свідчить про нестабільність виробничих показників, що обумовлено воєнними ризиками та обмеженим доступом до ресурсів. Водночас спостерігається суттєве скорочення посівних площ у 2022–2023 роках порівняно з довоєнним періодом, що безпосередньо впливає на інвестиційну привабливість галузі сільськогосподарського виробництва. Динаміка капітальних інвестицій показує різке падіння у 2022 році та поступове відновлення у 2023–2024 роках, у тому числі в сільському господарстві, що свідчить про адаптацію галузі до кризових умов, але при цьому зберігався високий рівень інвестиційних ризиків.

Оцінювання інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва характеризується підвищеною складністю, зумовленою поєднанням економічних,

інституційних, природно-кліматичних та управлінських чинників. Саме тому у маркетинговому дослідженні було застосовано метод експертних оцінок як інструмент систематизації професійних суджень безпосередніх учасників та спостерігачів інвестиційних процесів у аграрному секторі. Критеріями відбору експертів виступали стаж роботи у сфері сільського господарства або інвестиційної діяльності не менше п'яти років, участь у реалізації інвестиційних проєктів або наявність наукових публікацій з проблематики аграрної економіки. Дослідження проводилося у декілька послідовних раундів із дотриманням принципу анонімності експертів, що дозволило мінімізувати вплив авторитету окремих учасників та уникнути ефекту групового тиску. Поряд із воєнними ризиками та інституційними обмеженнями, експерти акцентували увагу на проблемах управлінського, організаційного та методичного характеру, що безпосередньо впливають на ефективність залучення й використання інвестиційних ресурсів. Зокрема, пріоритетність таких пропозицій експертів, як удосконалення механізмів державної підтримки, спрощення регуляторних процедур, підвищення прозорості інформаційного забезпечення та формування довгострокових стратегій розвитку, свідчить про наявність системних дисфункцій у чинній моделі управління інвестиційною діяльністю в аграрному секторі. Саме висновки експертів виступили підґрунтям для формування наукового фокусу маркетингового дослідження.

З метою підвищення узгодженості процесів і результативності інвестиційної діяльності в роботі запропоновано впровадити функціональну та організаційну структуру Банку залучення інвестицій, яка охоплюватиме чотири ключові підсистеми: управлінську, маркетингову, виробничо-супровідну та фінансово-економічну. Така структура дозволить забезпечити повний цикл роботи з інвестиціями – від формування стратегії та залучення інвесторів до супроводу проєктів, контролю ефективності та управління ризиками.

Здобувачем представлено авторську методіку підвищення інвестиційної привабливості підприємства на основі вартісно-орієнтованого інвестиційного планування. Згідно з розробленою методикою, з метою оцінювання та управління інвестиційною привабливістю підприємства в межах процесу стратегічного планування на щорічній основі здійснюється визначення ключових видів вартості власного капіталу та відповідних стратегічних розривів. Їх розрахунок дозволяє оцінити як поточний стан підприємства, так і потенціал зростання його інвестиційної привабливості в результаті реалізації управлінських рішень. Ключовою метою цих розрахунків є зростання вартості власного капіталу як інтегрального показника інвестиційної привабливості. Запропонований підхід передбачає поєднання стратегічного аналізу, прогнозування грошових потоків, оцінювання ризиків та використання показників ефективності управлінських рішень, що дозволяє обґрунтовувати інвестиційні пріоритети та підвищувати результативність управління розвитком підприємства.

За результатами маркетингового дослідження в дисертації Т. А. Корнійчука представлено організаційно-економічний механізм інвестиційного планування, сформований із використанням методу морфологічної комбінаторики, який дозволяє структуровано поєднати види діяльності, етапи інвестиційного процесу та елементи управління вартістю підприємства, а також пропонує можливі комбінації управлінських рішень. Така побудова забезпечує узгодженість стратегічного, фінансового та операційного планування і підвищує ефективність управління інвестиційними процесами. Механізм наочно демонструє складність і багатогранність взаємозв'язків елементів інвестиційного планування на підприємстві, необхідність системного підходу та важливість врахування впливу різних факторів на обґрунтованість проєкту з управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Здобувачу було поставлено 17 запитань, на які він надав обґрунтовані відповіді та пояснення.

Виступили:

Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор О. П. Луцій, який відзначив основні наукові досягнення здобувача ступеня доктора філософії Т. А. Корнійчука, зокрема наголосив на високій актуальності теми дисертації для сільського господарства. Він відзначив, що здобувач продемонстрував глибоке розуміння теоретичних основ питання та застосував сучасні методи маркетингового аналізу для отримання

обґрунтованих результатів. Професор О. П. Луцій підкреслив наукову новизну роботи, зокрема – розроблення організаційно-економічного механізму інвестиційного планування діяльності сільськогосподарських підприємств на основі маркетингових досліджень та методики оцінки вартості їх активів, що забезпечить поєднання стратегічного аналізу, прогнозування грошових потоків, оцінювання ризиків та використання показників ефективності управлінських рішень.

У виступі наукового керівника було зазначено, що отримані дисертантом результати є оригінальними і відповідають вимогам до дисертацій, а також надано позитивну оцінку сумлінності й самостійності здобувача. Також, науковий керівник зазначила, що здобувач зарекомендував себе як сумлінний, наполегливий й відповідальний дослідник, який демонструє високий рівень наукової підготовки та аналітичного мислення. Він вмів формулювати складні наукові проблеми, аргументовано їх вирішувати, застосовуючи сучасні методи дослідження, володіє розвиненими комунікаційними навичками та академічними компетентностями, що дозволяють йому послідовно і переконливо представляти результати своєї роботи, публікувати їх у фахових українських та міжнародних виданнях, брати участь у наукових дискусіях і гідно відстоювати власну наукову позицію.

Експертки:

Деліні М. М., доктор економічних наук, професор, у своєму виступі відзначила логічність і чітку структуру дисертації. Вона підкреслила, що поставлені у дослідженні завдання повністю відповідають меті роботи і всі вони вирішені здобувачем. До позитивних аспектів роботи експертка віднесла інтегративний підхід до маркетингових досліджень інвестиційної діяльності, що поєднує фінансові метрики з маркетинговими індикаторами діяльності сільськогосподарських підприємств, самостійний характер дослідження, коректне використання інформаційної бази та наявність апробацій у виробничому й освітньому середовищі, що узгоджується з вимогами до кваліфікаційних праць третього рівня вищої освіти у межах профільної галузі знань. Деліні М. М. наголосила що структура дисертації охоплює три взаємопов'язані розділи, де в теоретичному розділі систематизовано методичні підходи до маркетингових досліджень у продовольчому сегменті із виокремленням чинників, що детермінують сприйняття цінності сільськогосподарського виробництва та перехід від звичайної диференціації продукції до поведінкової лояльності інвесторів й формуванні ринкової вартості підприємств. Запропонований підхід систематизує дослідження за ключовими ознаками – метою, призначенням, джерелами інформації, напрямками, суб'єктами проведення, частотою, термінами, охопленням і територією. Проведено класифікацію методів маркетингових досліджень, які згруповані за функціональними блоками, а саме: загальнонаукові методи, методи збору інформації, аналітичні та прогностичні методи, а також спеціальні маркетингові інструменти тощо.

У межах другого розділу було представлено маркетингове дослідження інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва, яке характеризується підвищеною складністю, що зумовлено поєднанням економічних, інституційних, природно-кліматичних та управлінських чинників. Саме тому здобувачем було застосовано метод експертних оцінок як інструмент систематизації професійних суджень безпосередніх учасників та спостерігачів інвестиційних процесів у аграрному секторі. У результаті експертних оцінок було сформовано науковий фокус результатів маркетингового дослідження.

На завершення дослідження дисертант пропонує організаційно-економічний механізм інвестиційного планування, сформований із використанням методу морфологічної комбінаторики, який дозволяє поєднати види маркетингової діяльності, етапи інвестиційного процесу та елементи управління вартістю підприємства, а також пропонує можливі комбінації управлінських рішень, що забезпечить узгодженість стратегічного, фінансового та операційного планування і підвищить ефективність управління інвестиційними процесами. Запропонований підхід апелює до корекції інвестиційної діяльності на рівень маркетингової інформації з метою наблизити інвестиційну привабливість до реалій аграрного бізнесу.

Достовірність та обґрунтованість отриманих результатів підтверджуються логікою переходу від дефінітивного поля до операціоналізації показників та формування робочих гіпотез. Інформаційну базу дослідження формують офіційні статистичні джерела, галузеві

огляди та корпоративна звітність, доповнені масивами маркетингових індикаторів, що дає змогу коректно поєднати маркетингову та інвестиційну площини у межах продовольчого ринку. Методична частина спирається на поєднання загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема на методи експертних оцінок, статистичне групування, порівняльний аналіз та кореляційно-регресійні підходи для встановлення напрямів і сили зв'язків між обраними змінними.

Серед зауважень експертка висловила наступні: бажано зафіксувати функціональну залежність між потребою математичної специфікації авторських підходів до інтегрального оцінювання вартості сільськогосподарських підприємств. Бажано зафіксувати функціональну залежність між інвестиційними та маркетинговими параметрами з окресленням ендogenous ядра і набору контрольних змінних, а також з визначенням шкал нормування і вагових коефіцієнтів для категорійної коректності у сільськогосподарському сегменті. На думку М. М. Деліні варто було б навести перевірки на автокореляцію, а також розглянути специфікації з фіксованими ефектами для окремих підприємств і товарних підкатегорій виробленої продукції, де структурні відмінності можуть зміщувати параметри ринкової вартості та інвестиційної привабливості підприємств. У тексті дисертації зустрічаються англomовні терміни, що не завжди супроводжуються українськими еквівалентами або використовуються з різними варіантами транслітерації. Створення термінологічного апарату з чіткими дефініціями та узгодженими перекладами полегшило б сприйняття роботи та сприяло б стандартизації мови маркетингових досліджень в українській науковій літературі. Проте висловлені зауваження мають дискусійний характер і не применшують загальної позитивної оцінки роботи. На думку експертки, дисертація є завершеною науковою працею, яка відзначається актуальністю та науковою новизною. 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 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Алексеева К. А., доктор економічних наук, доцент, підтримала виступ доктора економічних наук, професора М. М. Деліні щодо високого рівня виконання дослідження, оскільки обрана тематика відповідає сучасним викликам розвитку продовольчого ринку, потребам підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників та завданням інтеграції маркетингових інструментів у систему інвестиційного менеджменту. Дисертація характеризується логічно вибудованою архітектонікою, чіткою постановкою мети та завдань, обґрунтованим вибором об'єкта і предмета дослідження, а також послідовним переходом від теоретичних узагальнень до прикладних моделей і практичних рекомендацій. Автор демонструє вміння систематизувати наукові підходи до оцінювання інвестиційної привабливості та адаптувати їх до специфіки сільськогосподарського виробництва.

У теоретичній частині дисертації здійснено аналіз сутності маркетингових досліджень, розкрито їх класифікацію, основні функції, методи та процедуру проведення, що дозволило систематизувати теоретичні підходи до формування інформаційної бази управлінських рішень. Окрему увагу приділено дослідженню інвестиційної привабливості підприємства, визначенню її економічної сутності, ролі у забезпеченні стабільного функціонування та стратегічного розвитку суб'єктів господарювання, проаналізовано методичні підходи до планування та оцінки ефективності інвестиційної діяльності, що дало змогу здобувачу обґрунтувати інструментарій оцінювання результативності інвестиційних рішень та їх впливу на фінансові показники підприємства.

Алексеева К. А. зауважила, що особлива увага в дисертації приділяється результатам аналітичного дослідження інвестиційних процесів у галузі сільського господарства України. Зокрема, здійснено аналіз функцій та ефективності діяльності органів державної влади у контексті формування сприятливого інвестиційного середовища для аграрного сектору, наведено оцінку поточного стану галузі сільського господарства в умовах воєнного стану, з акцентом на динаміку інвестиційної активності, рівень ризиків та структурні обмеження

розвитку, проведено експертизу інвестиційної привабливості аграрної галузі України, що дало змогу виявити ключові фактори впливу на рішення потенційних інвесторів та визначити перспективи відновлення інвестиційних потоків.

У результаті проведеного маркетингового дослідження автор запропонував модель інтегрального оцінювання інвестиційної привабливості підприємств аграрного сектору з урахуванням фінансових і маркетингових компонентів. Практичний інтерес становлять рекомендації щодо удосконалення механізму планування інвестиційної діяльності на рівні підприємств і галузі загалом. Окремо відзначила експертка і наявність апробації результатів дослідження у виробничому середовищі та використання напрацювань у навчальному процесі, що підтверджує прикладний характер роботи та її потенціал для трансферу знань у практичну площину.

Попри загальну високу якість виконаного дослідження та його відповідність вимогам до кваліфікаційних робіт третього освітнього рівня, К. А. Алексєєва звернула увагу на низку аспектів, що потребують додаткового обговорення та можливого уточнення. Зокрема, методичний апарат інтегральної моделі оцінювання інвестиційної привабливості потребує більшої прозорості. Доцільно було б детальніше обґрунтувати вибір вагових коефіцієнтів, критерії нормування показників та механізм агрегування фінансових і маркетингових змінних у єдиний показник. Це дозволило б підвищити відтворюваність запропонованого підходу. Також, у роботі недостатньо висвітлено питання перевірки стійкості отриманих результатів. Бажаним є проведення додаткових робастних оцінок із використанням альтернативних специфікацій моделей або розподілу вибірки за групами підприємств залежно від розміру, регіону чи спеціалізації. Окрім того, аналіз емпіричних даних міг би бути посилений глибшим обґрунтуванням причинно-наслідкових зв'язків між маркетинговими інвестиціями та фінансовими результатами. У роботі переважає кореляційний підхід, тоді як використання динамічних моделей або лагових змінних дозволило б отримати більш переконливі каузальні висновки. Опис процедури формування вибірки та характеристик респондентів подано стисло. Деталізація критеріїв відбору підприємств і експертів, а також підходів до обробки припущених даних підвищила б рівень методологічної прозорості.

Проте, на основі аналізу дисертації К. А. Алексєєва запропонувала дати їй загальну позитивну оцінку, як такій, 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 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

В обговоренні результатів дисертації взяли участь: доктор економічних наук, професор М. П. Талавира; доктор економічних наук, професор В. М. Бондаренко; доктор економічних наук, професор І. В. Левицька; кандидат економічних наук, доцент В. Л. Вакулєнко; кандидат економічних наук, доцент В. Л. Гераймович; кандидат економічних наук, доцент О. В. Нагорна; кандидат економічних наук, доцент А. В. Рябчик; кандидат економічних наук, доцент О. М. Барилевич; кандидат економічних наук, доцент О. С. Москвічова; доктор філософії з галузі знань «Управління та адміністрування» О. В. Омельяненко.

Виступаючі зазначили, що дисертацію Т. А. Корнійчука виконано на важливу тему, робота містить значну кількість нових наукових даних, має наукову новизну, актуальність, важливе теоретичне та практичне значення, 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.

Було підтримано пропозицію експертки про рекомендацію дисертації Т. А. Корнійчука для подання до розгляду та захисту у разовій спеціалізованій вченій

раді на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Постановили: заслухавши та обговоривши дисертацію **Корнійчука Тимофія Андрійовича** на тему: «**Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств в процесі відбудови економіки України**», члени фахового семінару кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України ухвалили:

1. Актуальність теми дисертації. Актуальність дисертації Т. А. Корнійчук зумовлена потребою у формуванні ефективних механізмів інвестиційного планування та вдосконаленні організаційно-економічних моделей залучення інвестицій у сільськогосподарське виробництво. В умовах трансформації державної політики, цифровізації економіки та інтеграції України у європейський економічний простір актуальним є розроблення нових інституційних рішень, зокрема моделей централізованої підтримки інвестиційних процесів, що сприятимуть підвищенню прозорості, керованості та результативності інвестиційної діяльності в аграрному секторі економіки. З огляду на це виникає об'єктивна необхідність комплексного дослідження сучасного стану інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств, оцінки ефективності державного регулювання у сфері залучення інвестицій, визначення перспектив розвитку галузі та розроблення практичних інструментів підвищення інвестиційної привабливості на основі проведення системних маркетингових досліджень.

2. Зв'язок теми дисертації з державними програмами, науковими напрямами Університету та кафедри. Тема дисертації здобувача безпосередньо пов'язана з пріоритетним планом науково-дослідної роботи Національного університету біоресурсів і природокористування України за темою «Розвиток маркетингу на підприємствах аграрного сектору та переробних підприємствах» (номер державної реєстрації 0120U100630), в межах якої автором взято участь у зборі та систематизації інформації щодо стану і тенденцій розвитку маркетингових досліджень інвестиційної діяльності в Україні та впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на формування інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств.

3. Особистий внесок здобувача в отриманні наукових результатів та вирішенні конкретного наукового завдання. Здобувачем самостійно здійснено аналіз наукової літератури, законодавчої бази та статистичних матеріалів, які стосуються маркетингових досліджень інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств.

Здобувачем самостійно представлено авторську методику підвищення інвестиційної привабливості підприємства на основі вартісно-орієнтованого інвестиційного планування. Згідно з розробленою методикою, з метою оцінювання та управління інвестиційною привабливістю підприємства в межах процесу стратегічного планування на щорічній основі здійснюється визначення ключових видів вартості власного капіталу та відповідних стратегічних розривів. Їх розрахунок дозволяє оцінити як поточний стан підприємства, так і потенціал зростання його інвестиційної привабливості в результаті реалізації управлінських рішень. Ключовою метою цих розрахунків є зростання вартості власного капіталу як інтегрального показника інвестиційної привабливості. Запропонований підхід передбачає поєднання стратегічного аналізу, прогнозування грошових потоків, оцінювання ризиків та використання показників ефективності управлінських рішень, що дозволяє обґрунтовувати інвестиційні пріоритети та підвищувати результативність управління розвитком підприємства. За результатами маркетингового дослідження в дисертації Т. А. Корнійчука запропоновано організаційно-економічний механізм інвестиційного планування, сформований із використанням методу морфологічної комбінаторики, який, на відміну від існуючих, дозволяє поєднати види діяльності, етапи інвестиційного процесу та елементи управління вартістю підприємства, а також генерувати можливі комбінації управлінських рішень. Така побудова забезпечує узгодженість стратегічного, фінансового та операційного планування і підвищує ефективність управління

інвестиційними процесами. Механізм наочно демонструє складність і багатогранність взаємозв'язків елементів інвестиційного планування на підприємстві, необхідність системного підходу та важливість врахування впливу різних факторів на обґрунтованість проекту з управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Наукові результати, представлені в дисертації, розроблено автором особисто. З наукових публікацій, виданих у співавторстві, у роботі використано лише ті положення, які становлять особистий внесок автора, про що зазначено в переліку публікацій.

4. Достовірність і обґрунтованість отриманих результатів і запропонованих автором рішень, висновків, рекомендацій. Результати дисертаційного дослідження здобувача є достовірними та науково обґрунтованими, що забезпечено належним методичним рівнем проведеного аналізу. У процесі роботи застосовано як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження, що дозволило комплексно охопити предмет дослідження. Для обробки й візуалізації даних використано сучасне програмне забезпечення, що підвищило точність і репрезентативність результатів. Достовірність отриманих даних підтверджена значним обсягом емпіричної бази, а також застосуванням перевірених статистичних методів. Висновки й практичні рекомендації чітко узгоджуються з поставленою метою й завданнями дослідження, логічно випливають із результатів аналізу, що свідчить про їх аргументованість і практичну цінність.

5. Наукова новизна основних результатів дослідження. Основні нові наукові положення полягають у тому, що автором вирішено важливу науково-практичне завдання щодо формування теоретико-методичних засад та розроблення прикладних інструментів підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі застосування маркетингових досліджень та удосконалення інвестиційного планування в умовах відновлення економіки України. Автором розроблено організаційно-економічний механізм інвестиційного планування сільськогосподарських підприємств, який базується на інтеграції маркетингових досліджень, оцінки ринкового середовища та інвестиційних ризиків і забезпечує узгодженість стратегічних цілей підприємства з інвестиційними рішеннями; запропоновано методичний підхід до оцінювання інвестиційної привабливості підприємств аграрного сектору, що враховує маркетингові, фінансово-економічні та інституційні чинники та дозволяє здійснювати комплексну діагностику інвестиційного потенціалу підприємства.

6. Практична цінність результатів дослідження та їх впровадження. На основі проведеного аналізу дисертантом визначено та представлено положення, що є підґрунтям і методичним базисом для подальшого розвитку наукових підходів, формування висновків та розроблення комплексу механізмів, інструментів, методів формування інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі системних маркетингових досліджень. Запропоновано операційний інструментарій для проведення маркетингових досліджень інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі вартісної оцінки їх активів, доведено можливість прямої інтеграції фінансових та маркетингових індикаторів у контури управлінського обліку. Запропоновані практичні рекомендації щодо підвищення ефективності інвестицій, що дозволять підприємствам посилити свої конкурентні позиції, підвищити лояльність споживачів та збільшити прибутковість. Результати дослідження можуть бути використані у навчальному процесі закладів вищої освіти при викладанні дисциплін «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Інноваційний маркетинг» для підготовки фахівців у галузі управління та адміністрування. Практична цінність результатів дослідження підтверджується їх впровадженням у діяльність сільськогосподарських підприємств та у навчальний процес Національного університету біоресурсів і природокористування України.

Таким чином, результати дослідження мають значний практичний ефект і можуть бути впроваджені для забезпечення ефективної інвестиційної діяльності підприємств на українському ринку сільськогосподарської продукції. Високий рівень обґрунтованості отриманих результатів та їх практичне значення свідчать, що автором повністю досягнуто мету та вирішено поставлені завдання дослідження.

7. Перелік наукових праць, які відображають основні результати дисертації. Основні положення дослідження Т. А. Корнійчука опубліковано у 12 наукових працях, з яких 4 статті у наукових виданнях, включених до Переліку наукових фахових видань України, 2 статті у колективних монографіях, 6 тез наукових доповідей.

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

1. Луцій О. П., **Корнійчук Т. А.** Інвестиційна привабливість сільськогосподарських підприємств як передумова реалізації стратегій інноваційного розвитку. Економічний дискурс. 2022. Вип. 3–4. С. 40–49. *(Корнійчуком Т. А. проаналізовано фактори формування інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств та обґрунтовано її значення для реалізації стратегій інноваційного розвитку. Луцієм О. П. узагальнено теоретичні підходи до визначення інвестиційної привабливості та сформовано висновки щодо її впливу на інноваційний розвиток).*

2. Луцій О. П., **Корнійчук Т. А.** Особливості формування стратегії інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2022. Вип. 6. *(Корнійчуком Т. А. досліджено особливості формування стратегій інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору та визначено ключові чинники їх ефективної реалізації. Луцієм О. П. систематизовано підходи до стратегічного управління інноваційним розвитком та обґрунтовано практичні рекомендації щодо їх впровадження).*

3. **Корнійчук Т. А.**, Луцій І. О. Методичні засади маркетингових досліджень. Сталий розвиток економіки. 2024. № 3 (50). С. 290–295. *(Корнійчуком Т. А. обґрунтовано методичні підходи до проведення маркетингових досліджень та визначено їх роль у прийнятті управлінських рішень підприємств. Луцієм І. О. розроблено інструментарій проведення маркетингових досліджень та узагальнено практичні аспекти їх застосування).*

4. **Корнійчук Т. А.**, Луцій І. О. Підвищення інвестиційної привабливості брендів на ринку товарів швидкого обігу засобами цифрових інструментів. Сталий розвиток економіки. 2024. № 4 (51). С. 236–243. *(Корнійчуком Т. А. досліджено вплив цифрових інструментів на підвищення інвестиційної привабливості брендів та обґрунтовано напрями їх ефективного використання. Луцієм І. О. розроблено практичні рекомендації щодо застосування цифрових інструментів та проведено оцінку їх ефективності на ринку товарів швидкого обігу).*

Статті у колективних монографіях

5. Bondarenko V., Barylovych O., Helevei O., Skakun O., Heraimovych V., **Korniichuk T.**, Lutsii O., Lutsii I., Nahorna O., Ostapchuk A., Riabchuk A., Vyshnivska B., Zbarskyi V. Marketing activities of enterprises of the agro industrial sector in the conditions of war: Monograph. Boston, USA, 2023. 361 p. *(Бондаренком В. підготовлено розділ щодо маркетингу інвестицій регіонального розвитку в умовах інтернаціональної диверсифікації. Барилевич О. досліджено інструменти інтернет-маркетингу у комунікаційній діяльності підприємств. Гелевеем О. та Скакуном О. розкрито питання впровадження маркетингових інформаційних систем у діяльність підприємств. Гераймович В. здійснено маркетингові дослідження ринку м'яса та м'ясопродуктів. Корнійчуком Т. підготовлено розділ щодо інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств як передумови реалізації стратегій інноваційного розвитку. Луцієм О. П. досліджено вплив воєнних чинників на маркетингові комунікації підприємств. Луцієм І. О. розкрито застосування хмарних сервісів, машинного навчання та нейронних мереж у маркетингових інформаційних системах. Нагорною О. проаналізовано маркетингову діяльність підприємств цукрової галузі у довоєнний та воєнний періоди. Остапчуком А. досліджено інституційне середовище відтворення виробничого потенціалу фермерських господарств. Рябчик А. розкрито теоретичні та практичні аспекти міжнародної маркетингової діяльності. Вишнівською Б. досліджено PR-діяльність українських компаній в Інтернеті. Збарським В. обґрунтовано передумови формування ринку земель сільськогосподарського призначення).*

6. Barylovych O., Nahorna O., **Korniichuk T.** Marketing foundations for the development of agri-food sector enterprises: Monograph. Tallinn, 2025. 442 p. *(Корнійчуком Т. А. досліджено*

маркетингові засади розвитку підприємств агропродовольчого сектору, обґрунтовано підходи до формування ефективних маркетингових стратегій та визначено роль маркетингових інструментів у забезпеченні їх конкурентоспроможності. Барилевич О. та Нагорною О. здійснено теоретичне узагальнення та розкрито прикладні аспекти розвитку підприємств агропродовольчого сектору).

Тези наукових доповідей

7. Луцій О. П., **Корнійчук Т. А.** Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості аграрних формувань в процесі відбудови економіки України. Капіталізація аграрних підприємств та їх інвестиційне забезпечення: Всеукраїнська науково-практична онлайн-конференція, присвячена 85-річчю з дня народження д. е. н., проф., чл.-кор. НААН Г. М. Підлісецького, м. Київ, 8 вересня 2022 року: тези доповіді. Київ, 2022. С. 289–291. (Корнійчуком Т. А. досліджено особливості проведення маркетингових досліджень інвестиційної привабливості аграрних формувань у процесі відбудови економіки України та визначено ключові фактори її формування. Луцієм О. П. узагальнено підходи до оцінювання інвестиційної привабливості та обґрунтовано роль маркетингових досліджень у забезпеченні ефективного інвестиційного процесу).

8. Луцій О. П., **Корнійчук Т. А.** Інвестиційна привабливість сільськогосподарських підприємств. Маркетинг в агробізнесі: III науково-практична конференція, м. Київ, 2022 року: тези доповіді. Київ, 2022. (Корнійчуком Т. А. досліджено сутність інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств та визначено основні чинники її формування. Луцієм О. П. систематизовано теоретичні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості та обґрунтовано напрями її підвищення в умовах сучасного розвитку аграрного сектору).

9. **Корнійчук Т. А.**, Лю Сяovej. Інформаційне забезпечення сільськогосподарських підприємств України та Китаю як складова формування їх експортного потенціалу. Формування сталого землекористування: проблеми та перспективи: IV Міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, 16–17 листопада 2023 року: тези доповіді. Київ, 2023. (Корнійчуком Т. А. досліджено роль інформаційного забезпечення у формуванні експортного потенціалу сільськогосподарських підприємств та здійснено порівняльний аналіз особливостей його розвитку в Україні. Лю Сяovej проаналізовано підходи до інформаційного забезпечення аграрних підприємств Китаю та обґрунтовано напрями підвищення ефективності використання інформаційних ресурсів у міжнародній діяльності).

10. Корнійчук Т. А. Маркетингові комунікації на ринку сільськогосподарської продукції. Маркетинг в Україні: Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція, м. Київ, 20 жовтня 2023 року: тези доповіді. Київ, 2023.

11. Корнійчук Т. А. Регіональні позначення, як інструмент підвищення привабливості продукції сільськогосподарських підприємств. Маркетинг та логістика в агробізнесі: V науково-практична конференція, присвячена 127-річчю заснування Національного університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ, 10–11 квітня 2025 року: тези доповіді. Київ, 2025, С. 57–59.

12. **Корнійчук Т. А.**, Браславська І. А. Контент-маркетинг як інструмент просування продукції та взаємодії з цільовою аудиторією. Маркетинг та логістика в агробізнесі: V науково-практична конференція, присвячена 127-річчю заснування Національного університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ, 10–11 квітня 2025 року: тези доповіді. Київ, 2025. С. 27–29. (Корнійчуком Т. А. досліджено сутність контент-маркетингу та його роль у просуванні продукції і формуванні взаємодії з цільовою аудиторією. Браславською І. А. розроблено практичні рекомендації щодо застосування інструментів контент-маркетингу та оцінено їх ефективність у сучасних умовах розвитку підприємств).

8. Апробація основних результатів дослідження. Основні положення та результати дисертації доповідалися й обговорювалися на: Міжнародному науково-практичному форумі «Фінансово-економічна діяльність суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану» (м. Кам'янець-Подільський, 2022 р.); Всеукраїнській науково-практичній онлайн-конференції «Капіталізація аграрних підприємств та їх інвестиційне забезпечення» (м. Київ,

2022 р.); III науково-практичній конференції «Маркетинг в агробізнесі» (м. Київ, 2022 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Формування сталого землекористування: проблеми та перспективи» (м. Київ, 2023 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Маркетинг в Україні» (м. Київ, 2023 р.); V науково-практичній конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі» (м. Київ, 2025 р.).

Ухвалили:

Дисертація здобувача ступеня доктора філософії Корнійчука Тимофія Андрійовича на тему: «Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств в процесі відбудови економіки України» є завершеною кваліфікаційною науковою працею, у якій вирішено конкретне наукове завдання, що полягає у поглибленні теоретико-методичних засад та розробленні практичних рекомендацій, спрямованих на маркетингові дослідження інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств, обґрунтуванні організаційно-економічного механізму інвестиційної діяльності на основі методики оцінювання вартості підприємства за умов поєднання фінансової та маркетингової складових, 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 Корнійчука Тимофія Андрійовича дисертація на тему: «Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств в процесі відбудови економіки України» рекомендується для подання до розгляду та захисту у разовій спеціалізованій вченій раді на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Рішення прийнято одноголосно.

**Головуючий на засіданні фахового семінару
кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
доктор економічних наук, професор**



Валерій БОНДАРЕНКО

**Експертки:
Професор кафедри виробничого
та інвестиційного менеджменту
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
доктор економічних наук, професор**



Марина ДЄЛІНІ

**Доцент кафедри виробничого
та інвестиційного менеджменту
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
доктор економічних наук, доцент**



Катерина АЛЕКСЕЄВА

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



Сергій БОЯРЧУК