

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


Оксана ТОНХА
«24» _____ 2026 р.

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації
Філатової Анни Володимирівни
на тему: **«Маркетинг у виробничо-збутових ланцюгах**
на ринку посівного матеріалу»,
поданої на здобуття ступеня доктора філософії
зі спеціальності **075 «Маркетинг»**
галузі знань **07 «Управління та адміністрування»**

Витяг з протоколу № 2 фахового семінару кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України від «12» березня 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, експерт; К. А. Алексеєва, доцент кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту, доктор економічних наук, доцент; В. М. Бутенко професор кафедри економічної теорії, доктор економічних наук, професор; Я. С. Ларіна, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, доктор економічних наук, професор, науковий керівник; І. В. Левицька, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, доктор економічних наук, професор; Т. І. Балановська, завідувач кафедри менеджменту імені професора Й. С. Завадського, кандидат економічних наук, професор; О. М. Барилевич, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент; В. Л. Гераймович, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент; О. П. Луцій, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, професор; 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, експертка; О. В. Омеляненко, асистент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, доктор філософії зі спеціальності «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: А. В. Філатова, здобувачка ступеня доктора філософії; І. О. Луцій, здобувач ступеня доктора філософії.

Порядок денний: обговорення основних наукових результатів дисертації **Філатової Анни Володимирівни** на тему: **«Маркетинг у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу»,** поданої на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Тему дисертації затверджено науковою радою факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол № 5 від 20 листопада 2019 року).

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

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор **Ларіна Ярослава Степанівна**, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі Національного університету біоресурсів і природокористування України.

Слухали: доповідь здобувача А. В. Філатової про основні положення дисертації. Здобувачкою було представлено основні положення дисертації, її зміст, мету та результати дослідження. У доповіді приділено увагу розробленню та обґрунтуванню теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо формування маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу. З цією метою досліджено та систематизовано науково-методичні засади, проведено оцінку та аналіз виробничо-збутових ланцюгів на ринку посівного матеріалу. Обґрунтовано теоретико-методичні засади маркетингу у виробничих ланцюгах на ринку посівного матеріалу. Розглянуто сутність та структуру маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах, досліджено еволюцію розвитку концепцій маркетингу та найважливіші етапи його становлення загалом у світі та в Україні. Висвітлено теоретичні засади маркетингу на ринку посівного матеріалу, як складової агромаркетингу. Досліджено еволюцію трактування поняття агромаркетингу, що дозволило сформулювати авторське визначення агромаркетингу як цілісної системи, яка сформувалася на постулатах та інструментах класичного маркетингу, таких як орієнтація на споживача, вивчення ринку, сегментація, довгострокове планування та прибутковість як кінцева мета, та особливостями агробізнесу, такими як залежність від природничо-кліматичних умов, сезонність виробництва та збуту, біологічний характер виробництва та орієнтацію на вичерпність ресурсів та сталий розвиток. Обґрунтовано, що метою функціонування системи агромаркетингу є задоволення потреб споживача та підвищенні продуктивності агробізнесу загалом. Проаналізовано особливості та етапи розвитку галузі насінництва в Україні. Виділено основні етапи розвитку насінництва: початок реформування; створення нормативно-правової бази для функціонування насінництва в ринкових умовах; етап становлення та розвиток ринку насіння, посилення конкуренції; етап функціонування в умовах підвищених ризиків, зокрема руйнування інфраструктури, логістичних збоїв, втрати територій та змін у структурі посівних площ.

Описано основні етапи розвитку маркетингу на ринку посівного матеріалу з часів незалежності України, їх особливості та основні драйвери, такі, як цифровізація та розроблення власних платформ, що дозволяє фермеру об'єднувати дані з різних джерел – супутників, ґрунтових датчиків, погодних станцій – для контролю стану посівів протягом сезону, розширення представництва та створення різних ланок у виробничо-збутовому ланцюзі, розвиток демонстраційних полігонів та використання вузькоспеціалізованих маркетингових досліджень. Розвиток агромаркетингу в Україні за сучасних умов визначається змінами в аграрному виробництві, посиленням конкуренції та підвищенням вимог до якості продукції.

Представлено розраховані глобальні ринкові частки основних міжнародних компаній на ринку посівного матеріалу. Розраховано динаміку посівних площ під урожай основних сільськогосподарських культур господарств усіх категорій, підприємств та господарств населення. Аналіз динаміки посівних площ основних сільськогосподарських культур господарствами населення України у період з 2020 по 2025 роки виявляє загальну тенденцію до скорочення оброблюваних площ для всіх ключових культур.

Представлено поточний стан та відношення кількості посівного матеріалу української селекції до іноземної селекції, які зареєстровані та придатні для поширення в Україні.

Проаналізовано динаміку експорту та імпорту посівного матеріалу зернових та олійних культур. Сформовано перелік найбільших виробників посівного матеріалу в Україні та торгові марки компаній, насіння яких вони доробляють. Переважна більшість заводів – українські представництва міжнародних насінневих компаній, які доробляють

на своїх заводах посівний матеріал власних брендів. Проаналізовано основні програми обробки (протруювання) посівного матеріалу. Проаналізовано основні програми, направлені на захист насіння від підробок. Проаналізовано основні тенденції закупівлі та інформаційні джерела, які користуються довірою кінцевих споживачів посівного матеріалу. Проаналізовано та описано виробничо-збутові ланцюги компаній Syngenta, Corteva, Bayer. Проведено порівняльний аналіз продуктового портфолію кукурудзи та соняшника компанії за характеристикам продуктів, урожайністю, ціною та побудовано радар конкуренто-спроможності. Проведено та побудовано матрицю SWOT-аналізу ринкової діяльності компаній та зведену матрицю повторюваних показників.

Обґрунтовано стратегічні напрями удосконалення маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу. Описано основні ланки виробничо-збутового ланцюга на ринку посівного матеріалу, цілі та інтереси основних учасників, елементи поточних маркетингових активностей та стратегічні напрями удосконалення маркетингу в цьому ланцюзі. Запропоновано як один з напрямів стратегічного удосконалення маркетингу на ринку посівного матеріалу програму повної простежуваності ланцюга, що передбачає наступні складові: реалізацію за допомогою мобільного додатку чи вебсайту компанії, можливість реєструвати номер партії посівного матеріалу споживачем та простежувати весь шлях продукту та інформацію про усі етапи.

Запропоновано модель пріоритизації клієнтів. Сформовано основні етапи підготовки рекомендацій з посіву. Запропоновано та розраховано економічну ефективність моделі агроконсалтингу, економічно обґрунтовано затрати на гектар у перерахунку на урожайність. Розроблено ключові показники ефективності для виробництва, збуту, створення попиту та дистрибутора. Представлено розроблену економіко-математичну модель територіального ціноутворення на ринку посівного матеріалу на засадах маркетингу.

Здобувачці було поставлено 15 запитань, на які доповідачка надала обґрунтовані відповіді та пояснення.

Виступили:

Науковий керівник – доктор економічних наук, професор Я. С. Ларіна, яка відзначила основні наукові досягнення здобувачки ступеня доктора філософії А. В. Філатової, зокрема наголосив на високій актуальності теми дисертації для сільського господарства. Вона відзначила, що здобувачка продемонструвала глибоке розуміння теоретичних основ питання та застосувала сучасні методи аналізу для отримання обґрунтованих результатів. Професор Я. С. Ларіна підкреслила наукову новизну роботи, зокрема розроблення економіко-математичної моделі територіального ціноутворення на ринку посівного матеріалу на засадах маркетингу, що застосовується для відбору гібридів за критерієм максимального прибутку і дозволяє підвищити очікуваний економічний результат порівняно з базовим середнім по портфелю. У виступі наукового керівника було зазначено, що отримані дисертанткою результати є оригінальними і відповідають вимогам до дисертацій, а також дано позитивну оцінку сумлінності й самостійності здобувачки. Також, науковий керівник зазначила, що здобувачка зарекомендувала себе як сумлінна, наполеглива й відповідальна дослідниця, яка демонструє високий рівень наукової підготовки та аналітичного мислення. Вона вміє формулювати складні наукові проблеми, аргументовано їх вирішувати, застосовуючи сучасні методи дослідження, володіє розвиненими комунікаційними навичками та академічними компетентностями, що дозволяють їй 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.

Експерти:

Бондаренко В. М., доктор економічних наук, професор, у своєму виступі відзначив логічність і чітку структуру дисертації. Він підкреслив, що поставлені у дослідженні завдання повністю відповідають меті роботи, всі вони вирішені здобувачкою. До позитивних аспектів експерт відніс запропоновану концепцію повної простежуваності виробничо-збутового ланцюга на ринку посівного матеріалу, що включає основні ланки виробничо-збутового ланцюга, виділяє вже наявні на ринку елементи у певних ланках та пропонує додаткові маркетингові елементи. Бондаренко В. М наголосив, що у дисертації удосконалено методику

оцінювання конкурентоспроможності компаній-виробників посівного матеріалу. Методика передбачає застосування 16 критеріїв оцінки, які відповідають маркетинговому міксу 4Р, що поєднує універсальні маркетингові показники та дає змогу визначити найбільш конкурентну компанію на ринку. Експерт відмітив, що до наукової новизни даної дисертації також слід віднести дослідження, що набули свого подальшого розвитку в цій роботі, зокрема обґрунтування теоретико-методологічного базису маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу, періодизація розвитку насінництва і виділення особливостей маркетингу на цьому ринку; методичні підходи щодо формування маркетингових стратегій та програм на ринках ресурсів для агросектору. Отримані авторкою наукові результати мають не лише теоретико-методологічне, а й практичне значення. Запропоновані наукові положення, рекомендації та висновки можуть бути використані для побудови, оцінювання та вдосконалення системи маркетингу на ринку посівного матеріалу. На думку В. М. Бондаренка, потрібно було б представити більш комплексне і розгорнуте визначення категорії «виробничо-збутовий ланцюг» у більш широкій площині, підкреслюючи роль маркетингу у всіх ланках цього ланцюга, удосконалити систематизацію методів та інструментів аналізу маркетингової діяльності у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу. Проте висловлені зауваження мають дискусійний характер і не применшують загальної позитивної оцінки роботи. На думку експерта, дисертація є завершеною науковою працею, яка відзначається актуальністю та науковою новизною. 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 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Нагорна О. В., кандидат економічних наук, доцент, підтримала виступ доктора економічних наук, професора В. М. Бондаренка щодо високого рівня виконання дослідження, оскільки виникає необхідність використання інших, а саме інноваційних методів маркетингу, зокрема, маркетингу взаємовідносин, заснованого на розвитку й підтримці довгострокових зв'язків зі споживачами, формуванні їхньої лояльності, обумовлюючи їх кінцевий вибір та тривалість співпраці. Нагорна О. В. відзначила наукову значущість розробленої економіко-математичної моделі територіального ціноутворення на ринку посівного матеріалу на засадах маркетингу, що застосовується для відбору гібридів за критерієм максимального прибутку і дозволяє підвищити очікуваний економічний результат порівняно з базовим середнім по портфелю. Також до наукової новизни слід віднести дослідження, що набули подальшого розвитку у цій роботі, зокрема обґрунтування теоретико-методологічного базису маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу, періодизація розвитку насінництва і виділення особливостей маркетингу на цьому ринку; методичні підходи щодо формування маркетингових стратегій та програм на ринках ресурсів для агросектору та виділених ключових тенденцій ринку посівного матеріалу.

Нагорна О. В. акцентувала увагу на актуальності дослідження розвитку насінництва в Україні та визначення особливостей маркетингу на ринку посівного матеріалу, що, на відміну від існуючих підходів, враховує комплексний вплив цифровізації і глобалізації на функціонування операторів даного ринку, дозволяє фермеру об'єднувати дані з різних джерел для контролю стану посівів протягом сезону, розширення представництва та створення різних ланок у виробничо-збутовому ланцюзі, розвиток демонстраційних полігонів та використання вузькоспеціалізованих, маркетингових досліджень. Експертка також підкреслила важливість удосконалення методичних підходів щодо формування маркетингових стратегій та програм на ринках ресурсів для агросектору, наукового підходу до розрахунку ринкової частки та узагальнення даних про наявні виробничо-збутові ланцюги, що дає змогу провести аналіз ринків та споживачів і на цій основі сформулювати маркетингові стратегії. Нагорна О. В. позитивно оцінила прикладний характер роботи та висловила кілька рекомендацій щодо подальшого розвитку теми, зокрема доцільно представити більш комплексні методи аналізу та особливості методів дослідження саме виробничо-збутових

ланцюгів, більш доцільно було проаналізувати маркетингові стратегії та порівняти стратегії міжнародних та вітчизняних компаній виробників посівного матеріалу. 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».

В обговоренні результатів дисертації взяли участь: кандидат економічних наук, професор Т. І. Балановська; доктор економічних наук, професор І. В. Левицька; кандидат економічних наук, професор О. П. Луцій; доктор економічних наук, професор В. М. Бутенко; кандидат економічних наук, доцент В. Л. Гераймович; кандидат економічних наук, доцент О. М. Барилевич; доктор економічних наук, доцент К. А. Алексєєва.

Виступаючі зазначили, що дисертацію А. В. Філатової 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 експертів про рекомендацію дисертації А. В. Філатової 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 **Філатової Анни Володимирівни** на тему: **«Маркетинг у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу»**, члени фахового семінару кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України ухвалили:

1. Актуальність теми дисертації. Дисертація А. В. Філатової полягає у розробленні та обґрунтуванні теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо формування маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу.

Тема є вкрай актуальною, так як в аграрному секторі економіки важливе значення має маркетингова діяльність та взаємодія учасників ринку, які постачають необхідні для сільського господарства ресурси, такі як насіння, добрива, засоби захисту рослин, корми, техніку, забезпечують логістику, організацію продажу і просування. Комерційний успіх учасників ринку потребує вибору сучасних маркетингових концепцій, стратегій, програм, ефективних маркетингових міксів, чіткого дотримання розроблених планів і маркетингових стратегій, постійної взаємодії з іншими учасниками ринку. Реформи в Україні відбуваються в умовах зростання військових загроз і тривалої економічної кризи, яка також впливає на аграрний сектор. Одним із найважливіших викликів для сільськогосподарських виробників є необхідність переходу від орієнтації на виробництво та збут до підприємницької стратегії, що ґрунтується на задоволенні потреб клієнтів та фінансовій стабільності і стійкості відносин у довготривалому періоді, зокрема й концепції маркетингу.

2. Зв'язок теми дисертації з державними програмами, науковими напрямами Університету та кафедри. Тема дисертації здобувачки безпосередньо пов'язана з 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 авторкою взято

участь у зборі та систематизації інформації щодо стану і тенденцій маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу.

3. Особистий внесок здобувачки в отриманні наукових результатів та вирішенні конкретного наукового завдання. Здобувачкою самостійно здійснено аналіз наукової літератури, законодавчої бази та статистичних матеріалів, які стосуються маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу.

Здобувачкою самостійно розроблено модель територіального ціноутворення на ринку посівного матеріалу на засадах маркетингу, що застосовується для відбору гібридів за критерієм максимального прибутку і дозволяє підвищити очікуваний економічний результат порівняно з базовим середнім по портфелю. На відміну від поширених підходів, де аналіз обмежується порівнянням урожайності, у моделі здійснено перехід до комплексного критерію «прибуток з 1 га» для конкретної комбінації «культура – гібрид – регіон». У моделі поєднано декілька рівнів прийняття рішень в одній задачі: оцінювання економічної ефективності гібридів, оптимізації структури посівних площ і формування територіально диференційованого ціноутворення на посівний матеріал. Запропоновано використання показника додаткового прибутку, який генерує гібрид порівняно з базовим варіантом, як бази для обґрунтування регіональних цін на посівну одиницю. Таким чином, ціноутворення перестає бути суто адміністративним або «ринково інтуїтивним» і набуває чіткої економічної логіки, прив'язаної до створюваної доданої вартості. Авторкою сформовано концепцію повної простежуваності виробничо-збутового ланцюга на ринку посівного матеріалу, що включає основні ланки виробничо-збутового ланцюга, виділяє вже наявні маркетингові елементи у певних ланках та пропонує додаткові маркетингові елементи.

Дисертація є самостійно виконаною науковою працею, у якій викладено авторський підхід до розроблення теоретичних і практичних положень щодо формування маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу.

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

4. Достовірність і обґрунтованість отриманих результатів і запропонованих авторкою рішень, висновків, рекомендацій. Результати дисертаційного дослідження здобувачки 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 авторкою розроблено економіко-математичну модель територіального ціноутворення на ринку посівного матеріалу на засадах маркетингу, що застосовується для відбору гібридів за критерієм максимального прибутку і дозволяє підвищити очікуваний економічний результат порівняно з базовим середнім по портфелю. На відміну від поширених підходів, де аналіз обмежується порівнянням урожайності, у моделі здійснено перехід до комплексного критерію «прибуток з 1 га» для конкретної комбінації «культура – гібрид – регіон». Наукова новизна моделі полягає у поєднанні декількох рівнів прийняття рішень в одній задачі: оцінювання економічної ефективності гібридів, оптимізації структури посівних площ і формування територіально диференційованого ціноутворення на посівний матеріал. Запропоновано використання показника додаткового прибутку, який генерує гібрид порівняно з базовим варіантом, як бази для обґрунтування регіональних цін на посівну одиницю. Таким чином, ціноутворення перестає бути суто адміністративним або «ринково інтуїтивним» і набуває чіткої економічної логіки, прив'язаної до створюваної

доданої вартості. Розроблено концепцію повної простежуваності виробничо-збутового ланцюга на ринку посівного матеріалу, що, на відміну від існуючих, включає основні ланки виробничо-збутового ланцюга, виділяє вже наявні маркетингові елементи у певних ланках та пропонуємо додаткові маркетингові елементи такі як: демо тур, інформація про перед-запуск продукту для створення попиту, використання різних колорантів, модель пріоритизації клієнтів, програми партнерства і встановлення, чітких КРІ, послуги агроконсалтингу, модель територіального ціноутворення. Запропонована концепція є більш прозорою і дає змогу споживачам бути впевненим у якості товару і наданих послуг компанією виробником посівного матеріалу. Запропоновано методику оцінювання конкурентоспроможності компаній-виробників посівного матеріалу. Методика передбачає застосування 16 критеріїв оцінки, які відповідають маркетинговому міксу 4Р: глибина продуктового портфолію по кукурудзі, глибина продуктового портфолію соняшнику, урожайність гібридів кукурудзи, урожайність гібридів соняшнику, обробка насіння додатковим протруєнням, вартість посівної одиниці кукурудзи, вартість посівної одиниці соняшника, розмір власної торгової команди, розмір відділу по роботі з ключовими клієнтами, кількість дистриб'юторів, з якими співпрацює компанія, кількість субдистриб'юторів, з якими співпрацює компанія, наявність власного інтернет-магазину, наявність власних виробничих потужностей в Україні, кількість підписників у трьох соціальних мережах YouTube, Facebook та Instagram; що поєднує універсальні маркетингові показники та дає змогу визначити найбільш конкурентну компанію на ринку. Розроблено систему КРІ для основних ланок виробничо збутового ланцюга.

Зазначені елементи новизни демонструють, що дисертація містить оригінальні наукові результати.

6. Практична цінність результатів дослідження та їх впровадження. На основі проведеного аналізу дисертанткою визначено та представлено положення, що є підґрунтям і методичним базисом для подальшого розвитку наукових підходів, формування висновків та розроблення комплексу механізмів, інструментів, методів розвитку маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу. Результати дослідження впроваджено в діяльність підприємства СФГ «Атланта» та ТОВ «Адванта Сідз Україна». У результаті врахування рекомендацій підприємство покращило роботу власних ланок виробничо-збутового ланцюга. Окрім того, результати дисертації впроваджено у навчальний процес під час викладання дисципліни «Маркетинг за видами діяльності» при підготовці здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності «Маркетинг» у Національному університеті біоресурсів і природокористування України.

Таким чином, результати дослідження мають значний практичний ефект і можуть бути впроваджені для забезпечення розвитку маркетингу у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу. Високий рівень обґрунтованості отриманих результатів та їх практичне значення свідчать, що авторкою повністю досягнуто мету та вирішено поставлені завдання дослідження.

7. Перелік наукових праць, які відображають основні результати дисертації. Основні положення виконаного А. В. Філатовою дослідження опубліковано у 9 наукових працях, з яких стаття у науковому виданні, включеному до міжнародних наукометричних баз даних Scopus та/або Web of Science Core Collection, 4 статті у наукових виданнях, включених до Переліку наукових фахових виданнях України, 4 тези наукових доповідей.

**Стаття у науковому виданні,
включеному до міжнародних наукометричних баз даних
Scopus та/або Web of Science Core Collection**

1. Bodnar O., Halchynska Yu., Larina Ya., **Filatova A.**, Stepanets I. Logistics transformation on grain and oilseeds markets during the war in Ukraine: Marketing approaches and strategies. *Scientific Horizons*. 2024. Vol. 27 (9). P. 134–147. *(Filatova A. розроблено маркетингові підходи та альтернативні логістичні ланцюги щодо просування на ринку насіння зернових та олійних культур. Bodnar O. проаналізовано динаміку обсягів виробництва основних сільсько-господарських культур та експортний потенціал. Halchynska Yu. визначено структурні*

зміни у транспортній логістиці при експорті зернових та олійних культур та продуктів їх переробки у воєнний період в Україні. *Larina Ya. проаналізовано тенденції та ризики експортних поставок Зерновим коридором та альтернативними шляхами. Stepanets I. виявлено негативну динамку ринку засобів захисту рослин у перші роки повномасштабного вторгнення, охарактеризовано трансформаційні зміни у сфері маркетингу і постачання ресурсів для сільського господарства).*

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

2. Філатова А. В. Особливості ціноутворення на ринку посівного матеріалу України. *Економіка і держава* 2020. № 12. С. 134–138.

3. Філатова А. В. Стан і перспективи розвитку ринку посівного матеріалу в Україні в умовах російської агресії. *Ефективна економіка* 2022. № 10.

4. Ларіна Я. С., **Філатова А. В.** Сучасні концепції маркетингу та їх застосування у виробничо-торгівельних ланцюгах на ринку посівного матеріалу. *Київський економічний науковий журнал*. 2023. № 5. С. 69–75. *(Філатовою А. В. виокремлено концепцію маркетингу відносин як провідну на ринку посівного матеріалу та розроблено рекомендації щодо її імплементації на цьому ринку. Ларіною Я. С. проведено аналіз сучасних концепцій маркетингу, зокрема, виділено клієнтоорієнтований підхід та інноваційний маркетинг).*

5. Філатова А. В. Маркетинг на ринку посівного матеріалу з урахуванням регіональних особливостей аграрного виробництва. *Актуальні питання економічних наук*. 2026. № 20.

Тези наукових доповідей

6. Філатова А. В. Теоретико-методичні засади аграрного маркетингу. Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: XIV Міжнародна науково-практична конференція, м. Хмельницький – м. Сатанів, 28–30 листопада 2019 року: тези доповіді. *Хмельницький-Сатанів*, 2019. С. 180–182.

7. Філатова А. В. Пріоритетність концепції маркетингу взаємовідносин у сучасному ринковому середовищі. Сучасний менеджмент: проблем і та перспективи розвитку: V Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція, м. Херсон, 29 травня 2020 року: тези доповіді. *Херсон*, 2020. С. 223–225.

8. **Філатова А. В.**, Ларіна Я. С. Аналіз стану посівних площ основних сільсько-господарських культур в Україні. Екологічна безпека та збалансоване природокористування в агропромисловому виробництві: Міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, 7–8 липня 2022 року: тези доповіді. Київ, 2022. С. 360–363. *(Філатовою А. В. проаналізовано стан посівних площ після початку повномасштабного вторгнення в Україні. Ларіною Я. С. проаналізовано можливий вплив цих змін на агроринок).*

9. Філатова А. В. Роль і функції CRM-систем у маркетинговій діяльності компаній на ринку посівного матеріалу. Маркетинг та логістика в агробізнесі: V Міжнародна 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. 148.

8. Апробація основних результатів дослідження. Основні результати досліджень доповідалися та обговорювалися на: XIV Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» (м. Хмельницький – м. Сатанів 2019 р.); V Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Сучасний менеджмент: проблем і та перспективи розвитку» (м. Херсон 2020 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Екологічна безпека та збалансоване природокористування в агропромисловому виробництві» (м. Київ, 2022 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій 127-річчю заснування Національного університету біоресурсів і природокористування України «Маркетинг та логістика в агробізнесі» (м. Київ, 2025 р.).

Ухвалили:

Дисертація здобувачки ступеня доктора філософії Філатової Анни Володимирівни на тему: «Маркетинг у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу»

є завершеною кваліфікаційною науковою працею, у якій вирішено конкретне наукове завдання, що полягає у поглибленні теоретико-методичних засад та розробленні практичних рекомендацій, спрямованих в обґрунтуванні теоретико-методичних засад маркетингу та обґрунтуванні його використання як цілісної концепції у виробничо-збутових ланцюгах на вітчизняному ринку посівного матеріалу, 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 здобувачки Філатової Анни Володимирівни дисертація на тему: «Маркетинг у виробничо-збутових ланцюгах на ринку посівного матеріалу» 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 одногосно.

Експерти:

**Декан факультету аграрного менеджменту,
професор кафедри маркетингу
та міжнародної торгівлі
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
доктор економічних наук, професор**



Валерій БОНДАРЕНКО

**Доцент кафедри маркетингу
та міжнародної торгівлі
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
кандидат економічних наук, доцент**



Олена НАГОРНА

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



Сергій БОЯРЧУК