

## РЕЦЕНЗІЯ

доцента кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту  
Національного університету біоресурсів і природокористування України,  
доктора економічних наук, доцента **АЛЕКСЕЄВОЇ Катерини Андріївни**  
на дисертацію **КОРНІЙЧУКА Тимофія Андрійовича**  
на тему: **«Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості  
сільськогосподарських підприємств в процесі відбудови економіки України»**,  
подану на здобуття ступеня доктора філософії  
зі спеціальності 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

**Актуальність теми дослідження.** Дисертація Корнійчука Тимофія Андрійовича присвячена проблематиці, що має істотне значення для аграрного сектору України в умовах воєнних втрат, зміни логістичних маршрутів, нестачі капіталу та необхідності відновлення виробничого потенціалу. Сільськогосподарські підприємства сьогодні потребують не лише фінансових ресурсів, а й якісної інформаційної основи для обґрунтування інвестиційних рішень, оцінювання ризиків і формування довіри з боку потенційних інвесторів.

Особливої ваги набуває поєднання інвестиційного менеджменту з інструментами маркетингових досліджень, адже саме маркетингова інформація дає змогу оцінити ринкову позицію підприємства, місткість і динаміку попиту, конкурентне середовище, репутаційні характеристики та очікування цільових груп. У цьому контексті дисертація спрямована на вирішення актуального завдання – поглиблення методичних підходів до формування інвестиційної привабливості аграрних підприємств з урахуванням фінансових і маркетингових чинників.

Вибір теми є обґрунтованим також з огляду на потребу післявоєнної відбудови економіки України, для якої аграрне виробництво залишається одним із базових джерел продовольчої безпеки, експортних надходжень і зайнятості в регіонах. Отже, дослідження має виразну науково-практичну спрямованість і відповідає сучасним запитам розвитку маркетингової науки та практики інвестиційного планування.

**Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій дисертації.** Робота вирізняється послідовною побудовою матеріалу: від теоретичного аналізу категорій маркетингових досліджень та інвестиційної привабливості автор переходить до оцінювання стану інвестиційних процесів у сільському господарстві, після чого формулює прикладні пропозиції щодо підвищення інвестиційної привабливості підприємств. Така логіка дозволяє простежити зв'язок між науковими узагальненнями, емпіричними результатами та управлінськими рекомендаціями.

Достовірність положень дисертації підтримується використанням комплексу методів, серед яких історичний і контент-аналіз, систематизація та узагальнення, ґносеологічний підхід, статистичний і порівняльний аналіз, експертне оцінювання, анкетування, а також

елементи економіко-математичного моделювання. Застосування такого інструментарію дало змогу авторів поєднати теоретичний, аналітичний і прикладний рівні дослідження.

У першому розділі дисертації розкрито теоретико-методологічні основи маркетингових досліджень інвестиційної привабливості підприємств. Зокрема, розглянуто сутність, функції, класифікаційні ознаки та процедури маркетингових досліджень (підрозділ 1.1, с. 19–42), визначено зміст інвестиційної привабливості підприємства та її значення для розвитку суб'єктів господарювання (підрозділ 1.2, с. 42–54), а також узагальнено підходи до планування й оцінювання ефективності інвестиційної діяльності (підрозділ 1.3, с. 54–75).

Другий розділ містить аналітичну оцінку інвестиційних процесів у сільському господарстві України. Автор аналізує організаційні аспекти управління інвестиційною діяльністю на рівні національної економіки (підрозділ 2.1, с. 78–100), характеризує стан аграрної галузі в умовах війни та її інвестиційні обмеження (підрозділ 2.2, с. 100–114), а також подає результати експертної оцінки інвестиційної привабливості сільського господарства (підрозділ 2.3, с. 114–128). Цінним є те, що в роботі простежується вплив не лише фінансових, а й організаційних, інституційних, логістичних та безпекових чинників.

У третьому розділі запропоновано прикладні рішення щодо формування інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі маркетингового дослідження. Науковий інтерес становить ідея Банку залучення інвестицій як інституційного інструменту координації інвестиційних процесів (підрозділ 3.1, с. 132–152). Водночас розроблена методика підвищення інвестиційної привабливості при інвестиційному плануванні спирається на вартісно-орієнтований підхід і враховує фінансові показники, що відображають дохідність, вартість капіталу та результативність інвестиційних рішень (підрозділ 3.2, с. 152–174).

Окремої уваги заслуговує організаційно-економічний механізм інвестиційного планування, поданий через тривимірну модель із використанням морфологічної комбінаторики (підрозділ 3.3, с. 174–186). Практична перевірка запропонованих положень на матеріалах ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ» свідчить про прикладний характер отриманих результатів і можливість їх використання в управлінській практиці аграрних підприємств.

Інформаційну базу дисертації становлять наукові праці українських і зарубіжних дослідників, нормативно-правові акти, статистичні матеріали, дані органів державної влади, аналітичні матеріали з питань розвитку аграрного сектору, фінансова та управлінська інформація підприємств, а також результати експертних опитувань і маркетингових досліджень, використаних автором для обґрунтування висновків.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Зміст дисертації узгоджується з науковими напрямами, пов'язаними з розвитком маркетингової аналітики, удосконаленням інвестиційного планування, підвищенням ефективності управлінських

рішень у сільському господарстві та формуванням інструментів відновлення економіки України. Тематика роботи відповідає спеціальності 075 «Маркетинг» і має безпосередній зв'язок із сучасними потребами аграрного бізнесу.

**Практичне значення та впровадження результатів дослідження.** Практична цінність дисертації полягає у можливості використання запропонованих методичних підходів для оцінювання інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств, підготовки інвестиційних проєктів, удосконалення маркетингової аналітики та прийняття рішень щодо залучення капіталу.

Результати дослідження можуть бути корисними для аграрних підприємств під час розроблення стратегій розвитку й інвестиційних планів; для органів державного управління – при формуванні програм підтримки галузі; для фінансових та інвестиційних установ – у процесі оцінювання ризиків і перспектив інвестиційних проєктів; для закладів вищої освіти – під час викладання дисциплін маркетингового та інвестиційного спрямування.

Прикладний характер роботи підтверджується впровадженням результатів у діяльність ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ», що засвідчено актом у додатку Е дисертації (с. 235). Вказане впровадження демонструє, що розроблені рекомендації можуть використовуватися не лише як теоретичні положення, а й як інструмент підтримки управлінських рішень у реальному бізнес-середовищі.

**Повнота викладення основних наукових результатів в опублікованих працях.** Результати, отримані здобувачем у межах дисертації, апробовано у 12 наукових публікаціях, з яких 4 статті у наукових виданнях, включених до Переліку наукових фахових видань України, 2 статті у колективних монографіях, 6 тез наукових доповідей. Зміст публікацій кореспондує з предметним полем дисертації і охоплює питання оцінювання інвестиційної привабливості підприємств аграрного сектору, використання маркетингової інформації, інноваційних підходів, цифрових каналів просування та комунікаційних інструментів на ринку сільськогосподарської продукції.

**Дискусійні положення та зауваження по роботі.** Загалом позитивно оцінюючи дисертаційне дослідження, слід відзначити окремі питання, які мають дискусійний характер і можуть бути враховані автором у подальших наукових розвідках:

1. Методичний апарат інтегрального оцінювання інвестиційної привабливості потребує більш детального пояснення. Доцільно розкрити логіку вибору вагових коефіцієнтів, критерії нормування показників і послідовність об'єднання фінансових та маркетингових змінних в узагальнюючий показник. Це посилює прозорість моделі та спростило її повторне застосування іншими дослідниками або підприємствами.

2. У дисертації варто було б ширше представити перевірку стійкості отриманих результатів. Зокрема, доцільним є використання альтернативних специфікацій моделей,

порівняння результатів для різних груп підприємств за розміром, регіоном чи виробничою спеціалізацією, а також оцінювання чутливості висновків до зміни ключових припущень.

3. Емпіричний аналіз можна було б поглибити через виразніше обґрунтування причинно-наслідкових зв'язків між маркетинговими інвестиціями, рівнем інвестиційної привабливості та фінансовими результатами підприємств. Використання динамічних моделей, лагових змінних або інших інструментів аналізу могло б зробити висновки щодо каузальності більш переконливими.

4. Процедура формування вибірки та опис характеристик респондентів подані досить стисло. Більш докладне пояснення критеріїв добору підприємств і експертів, способів роботи з пропущеними даними та обмежень використаної інформаційної бази підвищило б методологічну прозорість емпіричної частини.

5. Окремого уточнення потребує практична операціоналізація запропонованих рекомендацій. Було б корисно показати поетапний порядок застосування розробленого механізму на підприємстві, визначити відповідальних учасників, інформаційні потоки та очікувані результати кожного етапу впровадження.

Окреслені зауваження мають дискусійний характер, не применшують загальної позитивної оцінки дисертації та можуть бути враховані автором у подальших дослідженнях.

**Загальний висновок.** В цілому дисертація Корнійчука Тимофія Андрійовича є завершеною самостійною науковою працею, виконаною на актуальну для аграрного сектору та маркетингової науки тему. У роботі сформульовано обґрунтовані наукові положення, висновки і рекомендації, що мають теоретичну значущість та прикладну спрямованість у контексті підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств. Враховуючи актуальність, новизну, важливість одержаних автором наукових результатів, їх обґрунтованість та достовірність, а також значну практичну цінність сформульованих положень і висновків, дисертація відповідає вимогам наказу Міністерства освіти і науки України № 40 від 12 січня 2017 року «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» і 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, а її автор, Корнійчук Тимофій Андрійович, заслуговує на присудження ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

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