

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Проректор з науково-педагогічної роботи
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
доктор сільськогосподарських наук,
професор**



Оксана ТОНХА
2024 р.

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації
Омельяненка Олександра Васильовича
на тему: **«Розвиток інтернет-маркетингу на підприємствах аграрного сектору»**,
поданої на здобуття ступеня доктора філософії
зі спеціальності **075 «Маркетинг»**
галузі знань **07 «Управління та адміністрування»**

Витяг з протоколу №3 фахового семінару наукової ради факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України від «21» травня 2024 року.

Присутні члени наукової ради факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України: В. М. Бутенко, доцент кафедри економічної теорії, доктор економічних наук, доцент, голова наукової ради; Н. К. Болгарова, доцент кафедри економічної теорії, кандидат економічних наук, доцент, секретар наукової ради; Т. І. Балановська, завідувач кафедри менеджменту імені професора Й. С. Завадського, кандидат економічних наук, професор; В. М. Бондаренко, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, доктор економічних наук, професор; В. К. Збарський, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, доктор економічних наук, професор; О. М. Калівошко, професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, доктор економічних наук, доцент; О. А. Ковтун, завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, кандидат економічних наук, доцент; О. П. Луцій, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, професор; А. Д. Остапчук, декан факультету аграрного менеджменту, доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, кандидат економічних наук, доцент; М. П. Талавирия, завідувач кафедри економічної теорії, доктор економічних наук, професор.

Інші присутні на засіданні наукової ради факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України: А. В. Рябчик, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент; О. В. Омельяненко, здобувач ступеня доктора філософії.

Порядок денний: обговорення основних наукових результатів дисертації **Омельяненка Олександра Васильовича** на тему: **«Розвиток інтернет-маркетингу на підприємствах аграрного сектору»**, поданої на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Тему дисертації затверджено науковою радою науково-дослідного інституту економіки та менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол № 10 від 21 жовтня 2020 року).

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

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор **Бондаренко Валерій Михайлович**, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі Національного університету біоресурсів і природокористування України.

Слухали: доповідь здобувача О. В. Омеляненка про основні положення дисертації. Науково обґрунтовані результати експериментальних досліджень, отримані в процесі роботи, знайшли практичне застосування. Чотирма актами впровадження у виробництво доведено істотне значення результатів дисертації. Отримані у роботі результати, дозволяють застосовувати сучасні інструменти інтернет-маркетингу для сільськогосподарських підприємств з метою їх просування, оцінки та розвитку в мережі Інтернет.

Здобувачу було задано 21 запитання, на які доповідач надав обґрунтовані відповіді та пояснення.

Виступили:

Науковий керівник – доктор економічних наук, професор В. М. Бондаренко, який зазначив, що у процесі підготовки дисертації та виконання індивідуального плану наукової роботи О. В. Омеляненко проявив себе як наполегливий, добросовісний, відповідальний та високоерудований науковець, який може ставити та вирішувати складні наукові завдання. Омеляненко О. В. володіє сучасними складними методами наукових досліджень, комунікаційними та іншими компетенціями, що дозволяють йому на високому рівні представляти результати власних досліджень, публікувати їх в українських та зарубіжних наукових виданнях, обговорювати у науковій спільноті, обґрунтовувати та відстоювати власні наукові досягнення. За період навчання О. В. Омеляненко набув умінь та теоретичних знань, навичок та компетенцій, достатніх для вирішення наукових і практичних завдань у інтернет-маркетинговій діяльності підприємств аграрного сектору.

Експерти:

Луцій О. П., кандидат економічних наук, професор відзначив актуальність теми дослідження, її наукову новизну, теоретичне та практичне значення роботи. 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 (із змінами, внесеними згідно з постановами Кабінету Міністрів України № 341 від 21 березня 2022 року, № 502 від 19 травня 2023 року та № 507 від 03 травня 2024 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».

Рябчик А. В., кандидат економічних наук, доцент відзначила актуальність обраної теми, високий ступінь обґрунтованості наукових положень та висновків. Експертка відмітила, що під час виконання дисертації використано сучасні та класичні методи досліджень, які дозволили здобувачу виконати поставлені завдання та зробити логічні висновки. На основі аналізу дисертації експерткою запропоновано дати їй загальну позитивну оцінку, 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 (із змінами, внесеними згідно з постановами Кабінету Міністрів України № 341 від 21 березня 2022 року, № 502 від 19 травня 2023 року та № 507 від 03 травня 2024 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: А. Д. Остапчук, кандидат економічних наук, доцент; Т. І. Балановська, кандидат економічних наук, професор; О. М. Калівошко, доктор економічних наук, професор; В. К. Збарський, доктор економічних наук, професор; О. П. Луцій, кандидат економічних наук, професор; О. А. Ковтун, кандидат економічних наук, доцент.

Виступаючі зазначили, що дисертацію О. В. Омеляненко виконано на актуальну 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» (із змінами, внесеними згідно з наказом Міністерства освіти і науки України № 759 від 31 травня 2019 року), 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 (із змінами, внесеними згідно з постановами Кабінету Міністрів України № 341 від 21 березня 2022 року, № 502 від 19 травня 2023 року та № 507 від 03 травня 2024 року).

Було підтримано пропозицію експертів про рекомендацію дисертації О. В. Омеляненко 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 Омеляненко Олександра Васильовича на тему: «Розвиток інтернет-маркетингу на підприємствах аграрного сектору», члени наукової ради факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України ухвалили:

1. Актуальність теми дисертації. Розвиток інтернет-маркетингу сьогодні є надзвичайно актуальним і важливим для будь-якого бізнесу, включаючи підприємства аграрного сектору. Із впровадженням цифрових технологій та зростанням впливу Інтернету на наше повсякденне життя, споживачі все частіше використовують онлайн-канали для пошуку продуктів та послуг. Аграрні підприємства, що активно використовують інтернет-маркетинг, мають можливість донести своє повідомлення до широкої аудиторії, залучити нових клієнтів та підвищити впізнаваність бренду.

Виходячи з цих позицій, агробізнесу в цілому та підприємствам аграрного сектору, зокрема, для того щоб успішно працювати за умов економічної нестабільності, доцільно опановувати сучасні цифрові технології, у тому числі інтернет-маркетинг. Актуальність розвитку інтернет-маркетингу для підприємств аграрного сектору незаперечна, оскільки він є ключовим інструментом для досягнення успіху та забезпечення стабільного розвитку в умовах сучасного бізнес-середовища.

2. Зв'язок теми дисертації з державними програмами, науковими напрямами Університету та кафедри. Дисертацію виконано впродовж 2020–2024 рр. Представлені в дисертації результати є частиною науково-дослідної роботи кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі Національного університету біоресурсів і природокористування України за темою «Розвиток маркетингу на підприємствах аграрного сектору та переробних підприємствах» (номер державної реєстрації 0120U100630).

3. Особистий внесок здобувача в отриманні наукових результатів та вирішенні конкретного наукового завдання. Дисертаційне дослідження є самостійно виконаною науковою працею, в якій автором розроблено теоретико-методологічні положення щодо розвитку маркетингової діяльності підприємств аграрного сектору на засадах впровадження цифрових маркетингових технологій. Наукові результати дисертації є внеском автора

в розвиток маркетингової науки та належать йому особисто. У дисертації використано лише ті положення, які є результатом особистого дослідження автора.

4. Достовірність та обґрунтованість отриманих результатів та запропонованих автором рішень, висновків, рекомендацій. Дисертацію виконано на основі теоретичних та емпіричних методів дослідження, а також опрацювання достатньою кількістю наукових праць. Автором застосовано новітні підходи Post-click і Post-View для вимірювання ефективності інструментів інтернет-маркетингу. Всі дослідження проведено методично грамотно, цифровий матеріал оброблено статистично. Висновки та пропозиції цілком обґрунтовані одержаними результатами.

5. Наукова новизна основних результатів дослідження. Дисертація містить нові науково обґрунтовані результати проведених здобувачем досліджень. В дисертації системно обґрунтовано теоретично-методологічні основи щодо розвитку маркетингової діяльності підприємств аграрного сектору на засадах впровадження цифрових маркетингових технологій. Основні наукові результати, дослідження, що характеризуються новизною, полягають в наступному:

удосконалено: теоретико-методичні засади сутності інтернет-маркетингу, врахувавши найновіші наукові дослідження та винаходи у цифровому маркетингу; особливості впровадження інтернет-маркетингу у маркетингову діяльність з акцентом на індивідуальні потреби підприємств аграрного сектору; методичні підходи до оцінки ефективності використання інтернет-маркетингу на основі аналізу Post-Click і Post-View; модель DMMM за рахунок впровадження додаткового показника «Згадування про бренд», що дає змогу більш точно планувати та оцінювати рівень впізнаваності брендів;

одержало подальший розвиток: підходи до функціональних підсистем маркетингу в соціальних мережах з використанням омніканальних джерел трафіку; стратегії комплексних маркетингових заходів, інтегрувавши новітні інструменти та платформи, які з'явилися в результаті технологічного прогресу у сфері інтернет-маркетингу; методичні підходи до використання інтернет-маркетингу підприємствами аграрного сектору з метою покращення розвитку маркетингової діяльності підприємств в сучасних умовах господарювання; застосування сучасних інструментів аналізу даних для оцінки результативності інтернет-маркетингу при використанні просування в мережі Інтернет, інтегруючих різні канали та точки взаємодії з аудиторією; рекомендації щодо покращення ефективності застосування інструментів інтернет-маркетингу в маркетинговій діяльності підприємств аграрного сектору.

6. Практична цінність результатів дослідження та їх впровадження. Сформульовані в дисертації наукові положення та висновки сприятимуть подальшому розвитку теорії та практики розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств на основі використання цифрових маркетингових технологій. Запропоновані в дисертації методологічні та методичні підходи використовуються для розрахунків і розроблення моделі. Це дозволяє визначити, наскільки ефективним є використання технологій інтернет-маркетингу для підприємств аграрного сектору.

Наукові результати дисертаційного дослідження, що полягають у методологічних підходах до застосування сучасних цифрових технологій у маркетинговій роботі підприємств аграрного сектору, використані Вінницькою птахофабрикою «МХП» при розробленні нової стратегії, а саме зміни культури харчування в Україні, покращення якості їжі у тарілках споживачів та спрощення життя за швидкістю та зручністю приготування їжі (довідка № 60 від 25.01.2024 р.). Пропозиції щодо сучасних методологічних підходів до застосування цифрових технологій у маркетинговій роботі підприємств аграрного сектору враховані при розробленні Програми соціально-економічного розвитку Гайсинською міської територіальною громадою Вінницької області на 2024 рік (довідка № 56/12 від 07.12.2023 р.). Пропозиції враховано у роботі департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької обласної державної адміністрації під час розроблення Програми

економічного та соціального розвитку Вінницької області на 2024 рік (довідка № 10/01 від 03.01.2024 р.). Застосування пропозиції щодо цифрового маркетингу використано ТОВ «Транс Сел» для підвищення ефективності маркетингових кампаній та збільшення обізнаності бренду (довідка № 24/12 від 12.12.2023 р.).

7. Перелік наукових праць, які відображають основні результати дисертації. Основні положення дисертаційного дослідження викладено в 10 публікаціях здобувача, з яких стаття у науковому виданні, включеному до міжнародних наукометричних баз даних Scopus та/або Web of Science Core Collection, 4 статей у наукових фахових виданнях України, 5 тез наукових доповідей.

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

1. Nagadeepa S., Dyczek Berenika, Mishra Ar. Keerti, Bondarenko V., **Omelianenko O.**, Sokoliuk K. Last-Mile Delivery Innovations: The Future of E-commerce Logistics. Technology-Driven Business Innovation. 2024. Vol 223. P. 283–296. *(Nagadeepa S. визначено актуальність, сформульовано наукову новизну, практичне значення та мету проведених досліджень. Dyczek B. ідентифіковано основні тенденції розвитку логістики для електронної комерції. Mishra K. узгоджено з рештою співавторів висновки, підготовлено публікацію до друку відповідно до вимог видання. Bondarenko V. узагальнено та сформовано основні перспективи розвитку логістики в електронній комерції. Omelianenko O. проаналізовано та систематизовано інформацію щодо логістики для електронної комерції. Sokoliuk K. проведено літературний науковий пошук, порівняльний аналіз наявних досліджень, які наближені до опублікованих авторами та визначено відповідні узгодження і відмінності проаналізовано, узагальнено її результати).*

Статті у наукових фахових виданнях України

2. **Омельяненко О. В.**, Бондаренко В. М. Особливості впровадження інтернет-маркетингу в діяльність агропідприємств. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Т. 8. № 3. С. 211–219. *(Омельяненко О. В. проаналізовано, систематизовано особливості впровадження інтернет-маркетингу в діяльність агропідприємств, визначено актуальність, сформульовано наукову новизну, практичне значення та мету проведених досліджень, узгоджено з рештою співавторів висновки, підготовлено публікацію до друку відповідно до вимог видання. Бондаренком В. М. проведено літературний науковий пошук, порівняльний аналіз наявних досліджень, які наближені до опублікованих авторами та визначено відповідні узгодження і відмінності проаналізовано, узагальнено її результати).*

3. **Омельяненко О. В.**, Бондаренко В. М. Дослідження та оцінка використання інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємства аграрного сектору. Економіка і суспільство. 2023. № 57. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3165/3088> *(Омельяненко О. В. досліджено та оцінено використання інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємств аграрного сектору, систематизовано результати досліджень, визначено актуальність, сформульовано наукову новизну, практичне значення та мету проведених досліджень, узгоджено з рештою співавторів висновки, підготовлено публікацію до друку відповідно до вимог видання. Бондаренком В. М. проведено літературний науковий пошук, порівняльний аналіз наявних досліджень, які наближені до опублікованих авторами та визначено відповідні узгодження і відмінності проаналізовано, узагальнено її результати).*

4. Омельяненко О. В. Особливості інтернет-маркетингової діяльності підприємств аграрного сектору. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Т. 8. № 4. С. 238–243.

5. **Омельяненко О. В.**, Бондаренко В. М. Тенденції розвитку аграрного сектору економіки України в контексті розвитку цифрової маркетингової діяльності. Економіка

та суспільство. 2024. № 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3537/3467> (Омельяненко О. В. охарактеризовано основні тенденції розвитку аграрного сектору економіки України в контексті розвитку цифрової маркетингової діяльності, систематизовано результати досліджень, визначено актуальність, сформульовано наукову новизну, практичне значення та мету проведених досліджень, узгоджено з рештою співавторів висновки, підготовлено публікацію до друку відповідно до вимог видання. Бондаренком В. М. проведено літературний науковий пошук, порівняльний аналіз наявних досліджень, які наближені до опублікованих авторами та визначено відповідні узгодження і відмінності проаналізовано, узагальнено її результати).

Тези наукових доповідей

6. Omelianenko O. V. Trends in the development of digital marketing technologies. The agriculture sphere. Modern Scientific Method: Proceedings of the 4th International Scientific Conference. Vienna, Austria, 2023. P. 80–81.

7. Омельяненко О. В. Тренди розвитку цифрових технологій в аграрній сфері. Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: I Міжнародна науково-практична конференція. Полтава, 2023. С. 259–262.

8. Омельяненко О. В. Переваги та виклики соціальних мереж у маркетингу аграрного сектору. Collective Thinking: Unifying Scientific Approaches in Multifaceted Research: III International scientific and practical conference. Амстердам, Нідерланди, 2023. P. 213–215.

9. Омельяненко О. В. Розвиток цифрових технологій в аграрному секторі. Маркетинг в Україні: Міжнародна науково-практична інтернет-конференція. Київ, 2023. С. 388–389.

10. Омельяненко О. В. Benefits and challenges of social media in the marketing of the agricultural sector. Маркетинг та логістика в агробізнесі: IV Міжнародна науково-практична конференція. Київ, 2024. С. 76–79.

8. Апробація основних результатів дослідження. Основні положення дисертації було обговорено та схвалено на: II Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі» (м. Київ, 2021 р.); II Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі» (м. Київ, 2023 р.); Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Маркетинг в Україні» (м. Київ, 2023 р.); Всеукраїнській науково-практичній студентській конференції «Маркетинг очима молоді: проблеми та перспективи» (м. Київ, 2024 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі» (м. Київ, 2024 р.).

Ухвалили:

Дисертація здобувача ступеня доктора філософії Омельяненка Олександра Васильовича на тему: «Розвиток інтернет-маркетингу на підприємствах аграрного сектору» є завершеною кваліфікаційною науковою працею, у якій вирішено конкретне наукове завдання щодо комплексного обґрунтування та розроблення теоретико-методичних положень та практичних засад для визначення закономірностей і особливостей розвитку інтернет-маркетингу на підприємствах аграрного сектору, що має важливе 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» (із змінами, внесеними згідно з наказом Міністерства освіти і науки України № 759 від 31 травня 2019 року), 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 (із змінами, внесеними згідно з постановами Кабінету Міністрів України № 341 від 21 березня 2022 року, № 502 від 19 травня 2023 року та № 507 від 03 травня 2024 року).

З урахуванням наукової зрілості та професійних якостей здобувача Омеляненка Олександра Васильовича дисертація на тему: «Розвиток інтернет-маркетингу на підприємствах аграрного сектору» 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.

**Головуюча на засіданні наукової ради
факультету аграрного менеджменту
Національного університету біоресурсів
і природокористування України,
доктор економічних наук, доцент**

Віра БУТЕНКО

Експерти:

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

Олександр ЛУЦІЙ

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

Алла РЯБЧИК

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

Сергій БОЯРЧУК