Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0825U000369

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 29-01-2025

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: 72-с від 13.02.2025

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Сергієнко Олександр Анатолійович
2. Serhiienko Oleksandr A.

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 075

Назва наукової спеціальності: Маркетинг

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Маркетинг

Дата захисту: 24-01-2025

Спеціальність за освітою: Управління проектами

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 7290

Повне найменування юридичної особи: Черкаський державний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05390336

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 460, Черкаси, Черкаський р-н., 18006, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Черкаський державний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05390336

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 460, Черкаси, Черкаський р-н., 18006, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.81, 06.81.55

Тема дисертації:

1. Позиціонування аграрних підприємств в умовах конкуренції

2. Positioning of agricultural enterprises in the conditions of competition

Реферат/анотація:

1. Дисертаційну роботу присвячено обґрунтуванню теоретико-методичних основ і розробці практичних рекомендацій щодо позиціонування аграрних підприємств в умовах конкуренції. У роботі зазначено, що обґрунтування та об'єктивна оцінка трансформаційних процесів в агромаркетингу набувають особливої важливості в контексті викликів, перед якими постає аграрний сектор на сучасному етапі. Зважаючи на швидкий розвиток ринкових умов і технологій, аграрні підприємства мають стати лідерами в застосуванні інноваційних стратегій і маркетингових інструментів, де чітке й стратегічно виважене позиціонування є вирішальним фактором, що дає змогу аграрним компаніям не лише відрізнятися від конкурентів, але й створювати стійкі конкурентні переваги. Доведено, що аграрний маркетинг створює умови для взаємовигідних транзакцій між різними учасниками аграрного ринку, дозволяє виявити запити та потреби споживачів і задовольнити їх в умовах сучасних екзистенційних викликів. У роботі узагальнено підходи до визначення дефініції «аграрний маркетинг». Запропоновано своє визначення агромаркетингу як системної ринкової діяльності, сукупності інститутів і процесів, яка об'єднує всі етапи створення, інформування,

доставки й обміну ціннісними пропозиціями сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, спрямованої на ефективне задоволення потреб цільових аудиторій та успішне конкурування на ринку для отримання прибутку. Окрему увагу приділено напрямам діяльності щодо розв'язання питань соціально-етичної відповідальності використання штучного інтелекту у визначених процесах. Розроблені напрями комплексної маркетингової підтримки нової стратегії позиціонування ПрАТ «Укрзерноімпекс» та ДП «Умань-Агро» як локальних мультифункціональних аграрних компаній, які пов'язані з партнерством, взаємодіями, колаборацією, безперервною освітою та оновленням компетенцій, інноваціями й цифровими технологіями.

2. The dissertation work is devoted to the substantiation of theoretical and methodological foundations and the development of practical recommendations regarding the positioning of agricultural enterprises in the conditions of competition. The work notes that the substantiation and objective assessment of transformational processes in agromarketing become especially important in the context of the challenges faced by the agricultural sector at the current stage. Given the rapid development of market conditions and technologies, agricultural enterprises must become leaders in the application of innovative strategies and marketing tools, where a clear and strategically balanced positioning is a decisive factor that allows agricultural companies not only to differentiate themselves from competitors, but also to create sustainable competitive advantages. It is proven that agricultural marketing is able to offer mechanisms of mutually beneficial exchange between various market entities, to create conditions for identifying consumer requirements and the possibilities of their satisfaction in the conditions of modern existential challenges. The work generalizes approaches to the definition of "agricultural marketing". A proper definition of agricultural marketing as a systemic market activity, a set of institutions and processes, which unites all stages of creation, informing, delivery and exchange of value propositions of agricultural products and products of their processing, aimed at effectively meeting the needs of defined target audiences and successful competition on the market for making a profit, is proposed. The directions of comprehensive marketing support for the new positioning strategy of Ukrzernoimpex PJSC and Uman-Agro SE as local multifunctional agricultural companies, which are related to partnership, interactions, collaborations, continuous education and updating of competencies, innovations and digital technologies, have been developed.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Не застосовується

Підсумки дослідження: Новий напрямок у науці і техніці

Публікації:

- 1. Subotina J., Sergienko A. Approaches to agricultural enterprises positioning. Three Seas Economic Journal. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. Vol. 2. No. 1. P. 85–91 (Index Copernicus) DOI: 10.30525/2661-5150/2021-1-14
- 2. Григор О. О., Сергієнко О. А., Суботіна Ю. О. Особливості позиціонування продукції аграрних підприємств. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 54. С. 86–93.
- 3. Білик В. В., Сергієнко О. А., Крупенна І. А. Інструменти цифрового маркетингу в умовах трансформації комунікацій сучасної організації. Збірник наукових праць Чернівецького національного університету. Серія: Економіка. 2020. Вип. 825. С. 33–40.
- 4. Коломицева О. В., Шевченко Н. В., Сергієнко О. А. Диференціація регіонів за рівнем продовольчого забезпечення із застосуванням кластерного аналізу. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2020. Вип. 56. С. 91–100.

- 5. Creative solutions for agricultural products promotion / Shevchenko N. V., Sergienko O. A., Bokovnia A. O., Bereziuk-Rybak I. R. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2021. Вип. 63. С. 108–117.
- 6. Проданова Л. В., Якушев О. В., Сергієнко О. А. Аналіз ринку в контексті маркетингової товарної політики аграрних підприємств. Вісник Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького. Серія: Економічні науки. 2021. № 4. С. 55-63.
- 7. Сергієнко О. А. Нові маркетингові технології просування товару. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2021. Вип. 1 (87). С. 29–34.
- 8. Буднікевич І. М., Гавриш І. І., Сергієнко О. А. Strategic directions of brand support of German agricultural regions with the tools of the partnership concept of territorial marketing. Time description of economic reforms. 2024. № 2. С. 92–101. URL: http://nti.khai.edu/ojs/index.php/cher/article/view/2396
- 9. Serhienko O., Kaniuka O. Features of the formation of the positioning strategy of agricultural enterprises. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2023. Вип. 71. С. 99–106.
- 10. Сергієнко О. А. Особливості та роль маркетингу аграрних підприємств в контексті їх конкурентного розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2024. Т. 330. № 3. С. 436–444.
- 11. Сергієнко О. А. Маркетплейси як напрямок маркетингової підтримки розвитку мультифункціональних аграрних підприємств в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2024. Т. 334. № 5. С. 288–294.
- 12. Коломицева О. В., Шевченко Н. В., Сергієнко О. А. Оптимізація стратегії STP-маркетингу аграрних компаній регіону на основі штучного інтелекту та принципів smart-спеціалізації. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2024. Т. 332 № 4. С. 441–446.
- 13. Сергієнко О. А. Позиціювання українських підприємств на зовнішніх ринках зерна. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Черкаси, 19 квіт. 2018 р.). Черкаси: ЧДТУ, 2018. С. 29–34.
- 14. Сергієнко О. А., Суботіна Ю. О. Позиціонування як етап розробки маркетингової стратегії підприємства. Стратегії та політика розвитку територій: міжнародні, національні, регіональні та локальні виклики: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., (Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія), 10–12 трав. 2018 р.). Чернівці: Чернів. нац. ун-т, 2018. С. 63–66.
- 15. Сергієнко О. А. Маркетингові інновації як необхідна умова розвитку підприємства. Сучасні тренди міжнародних економічних відносин & управління проектами Європейського Союзу: матеріали Міжнар. наук.- практ. конф., (м. Луцьк, 20–22 верес. 2018 р.). Луцьк: ВежаДрук, 2018. С. 151– 155.
- 16. Сергієнко О. А. Позиціонування продукції аграрних підприємств в умовах конкуренції. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Черкаси, 21 квіт. 2020 р.). Черкаси: ЧДТУ, 2020. С. 57–60.
- 17. Сергієнко О. А., Суботіна Ю. О., Іванченко В. О. Strategy for positioning agricultural products in a competitive environment. The process and dynamics of the scientific path: Collection of scientific papers “SCIENTIA” with Proceedings of the I International Scientific and Theoretical Conference, (Athens, Hellenic Republic, Feb. 26, 2021). Athens: European Scientific Platform, 2021. Vol. 1. С. 39–41.
- 18. Сергієнко О. А. Підходи до позиціонування сільськогосподарських підприємств. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Черкаси, 22 квіт. 2021 р.). Черкаси: ЧДТУ, 2021. С. 106–110.
- 19. Ахтоян А. Н., Король І. В., Сергієнко О. А., Суботіна Ю. О., Цибко Н. О. Краудфандінг як інструмент просування інноваційних товарів на цільовий ринок. Interaction of society and science: prospects and problems: Abstracts of XXII International Scientific and Practical Conference (London, England, April 20– 23, 2021). С. 231-234.

- 20. Сергієнко О. А., Руденко І. В. Основні аспекти поведінки споживачів в сучасних умовах. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Черкаси, 27 квіт. 2022 р.). Черкаси: ЧДТУ, 2022. С. 64–6
- 21. Сергієнко О. А. Виклики та можливості для позиціонування українських аграрних підприємств в період воєнного стану. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Черкаси, 25 квіт. 2024 р.). Черкаси: ЧДТУ, 2024. С. 69–74.

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0117U000935, 0120U102961

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Коломицева Олена Віталіївна

2. Olena V. Kolomytseva

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Черкаський державний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05390336

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 460, Черкаси, Черкаський р-н., 18006, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бурдяк Олег Мирославович

2. Oleg M. Burdyak

Кваліфікація: к.е.н., доц., 08.06.03

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Код за ЄДРПОУ: 02071240

Місцезнаходження: вул. Коцюбинського, буд. 2, Чернівці, 58012, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Шпильова Віра Олексіївна
2. Vira O. Shpileva

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Код за ЄДРПОУ: 02125622

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 81, Черкаси, Черкаський р-н., 18031, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Одінцов Олег Михайлович
2. Odintsov Oleh Mykhailovych

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Черкаський державний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05390336

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 460, Черкаси, Черкаський р-н., 18006, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Пепчук Сергій Миколайович

2. Sergey N. Pepchuk

Кваліфікація: к.е.н., доц., 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Черкаський державний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05390336

Місцезнаходження: бульвар Шевченка, буд. 460, Черкаси, Черкаський р-н., 18006, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Васильченко Лідія Сергіївна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Васильченко Лідія Сергіївна
Відповідальний за підготовку облікових документів	Здобувач PhD
Реєстратор	УкрІНТЕІ
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна