

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

**Державний обліковий номер:** 0826U000081

**Особливі позначки:** відкрита

**Дата реєстрації:** 08-01-2026

**Статус:** Наказ про видачу диплома

**Реквізити наказу МОН / наказу закладу:** Наказ НУБіП України № 1047 "С" від 15.04.2026 року



## II. Відомості про здобувача

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Кривошей Олександр Вячеславович

2. Oleksandr V. Kryvoshei

**Кваліфікація:**

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Вид дисертації:** доктор філософії

**Аспірантура/Докторантура:** так

**Шифр наукової спеціальності:** 071

**Назва наукової спеціальності:** Облік і оподаткування

**Галузь / галузі знань:**

**Освітньо-наукова програма зі спеціальності:** Облік і оподаткування

**Дата захисту:** 26-03-2026

**Спеціальність за освітою:** Облік і оподаткування

**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 179

**Повне найменування юридичної особи:** Національний університет біоресурсів і природокористування України

**Код за ЄДРПОУ:** 00493706

**Місцезнаходження:** вул. Героїв Оборони, Київ, 03041, 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:** Національний університет біоресурсів і природокористування України

**Код за ЄДРПОУ:** 00493706

**Місцезнаходження:** вул. Героїв Оборони, Київ, 03041, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

### **V. Відомості про дисертацію**

**Мова дисертації:** Українська

**Коди тематичних рубрик:** 82.15.21.09, 82.15.23, 06.35.35, 06.81.12, 06.81.03

**Тема дисертації:**

1. Обліково-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу
2. Accounting and analytical support of marketing activities of agribusiness enterprises. Qualification scientific work on the rights of the manuscript

**Реферат:**

1. Дисертаційне дослідження присвячене формуванню концептуальних підходів і практичних рекомендацій щодо удосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу в умовах цифрової трансформації економіки та підвищення ролі інформаційних технологій у прийнятті управлінських рішень. Запропоновано власне бачення категорії «маркетингові витрати» як сукупності витрат, пов'язаних із формуванням попиту, позиціонуванням бренду, підтримкою лояльності споживачів і забезпеченням комунікаційної присутності підприємства на ринку. Маркетингові витрати згруповано за п'ятьма напрямками, що відображають структуру маркетингової діяльності підприємства. До них віднесено витрати на рекламу, інші інструменти просування, формування бренду й репутації, маркетингові дослідження та аналітику, а також витрати на забезпечення маркетингової діяльності. Така

побудова класифікації узгоджує інформацію фінансового й управлінського обліку та дозволяє чітко розмежовувати операційні й стратегічні витрати. Зокрема, запропоновано чотириетапну методичну модель оцінки маркетингових витрат і доходів (етапи ідентифікації, первинної оцінки, аналітичної оцінки результативності та інтерпретації результатів), що передбачає на етапі визнання – облікову оцінку маркетингових витрат і критеріїв капіталізації нематеріальних активів (бренд, репутація, цифрові платформи), а на етапі аналітичної інтерпретації – оцінку із застосуванням системи показників результативності (ROMI, ROI, маржинальний прибуток, коефіцієнт рентабельності маркетингових інвестицій, еластичність попиту, CVP-аналіз). Обґрунтовано застосування інформаційних технологій у відображенні облікових даних маркетингової діяльності шляхом формування концептуальної моделі цифрової трансформації облікової системи аграрних підприємств, що інтегрує сучасні технологічні інструменти для забезпечення повноти, оперативності та захисту облікової інформації (уточнено мінімальний набір реквізитів господарських операцій, сформульовано вимоги до структури баз даних, визначено доцільність використання хмарних сервісів, технологій Big Data, нереляційних баз даних (NoSQL) та інтеграцій ERP, CRM, платформ із урахуванням регламентів інформаційної безпеки, для забезпечення повноти, оперативності й захисту облікової інформації). Методичною розробкою дисертації є запропонований комплекс методів аналізу, який включає ABC-аналіз, XYZ-аналіз, факторний та кореляційно-регресійний аналізи, методи еластичності, індексні моделі та аналіз беззбитковості (CVP). Ці підходи дозволяють оцінити взаємозв'язки між рівнем маркетингових витрат, часткою ринку та фінансовими результатами діяльності. На основі систематизації даних сформовано інтегровану модель аналітичної оцінки маркетингової діяльності агропідприємств, у якій поєднано кількісні показники (ROMI, ROA, NPM) з якісними критеріями гнучкості, сезонності та інноваційності маркетингових рішень. Запропоновано інструмент сценарного прогнозування із застосуванням методів машинного навчання (ковзні середні, кластеризація, виявлення аномалій) для моделювання ефектів маркетингових кампаній. Розроблена концепція інтегрованої обліково-аналітичної системи маркетингової діяльності базується на побудові наскрізного цифрового ланцюга обробки даних: від конекторів збору інформації (Fivetran, Airbyte) до централізованих сховищ (PostgreSQL, S3, DWH), трансформаційних інструментів (dbt, SQL, Pandas), контролю якості (Great Expectations, Soda), оркестрації процесів (Airflow, Dagster) та візуалізації результатів (Power BI, Tableau, Metabase). Практичний результат дослідження полягає у створенні підґрунтя для переходу аграрних підприємств до керованої системи аналітики маркетингових рішень, у якій облік виступає інструментом стратегічного планування та моніторингу ефективності. Використання запропонованих підходів забезпечує оперативність реагування на зміни ринку, підвищує адаптивність бізнес-моделей і сприяє довгостроковій конкурентоспроможності агробізнесу.

2. The dissertation research is devoted to the formation of conceptual approaches and practical recommendations for improving the system of accounting and analytical support for the marketing activities of agribusiness enterprises in the conditions of digital transformation of the economy and increasing the role of information technologies in making management decisions. The object of the research is the system of accounting and analytical support for the management of marketing activities of agribusiness enterprises. Our own vision of the category «marketing expenses» is proposed as a set of expenses related to the formation of demand, brand positioning, supporting consumer loyalty and ensuring the communication presence of the enterprise on the market. Marketing costs are structured into five directions that reflect the actual organization of a company's marketing activities. These include expenses for advertising, other promotional instruments, brand and reputation development, marketing research and analytics, as well as expenses for supporting marketing operations. This classification aligns financial and managerial accounting information and allows for a clear distinction between operational and strategic marketing expenditures. In particular, a four-stage methodological model for assessing marketing costs and revenues (stages of identification, initial assessment, analytical assessment of performance and interpretation of results) is proposed, which provides for the accounting assessment of marketing costs and criteria for capitalization of intangible assets (brand, reputation, digital platforms) at the recognition stage, and for the assessment using a system of performance indicators (ROMI, ROI, marginal profit, profitability ratio of

marketing investments, elasticity of demand, CVP analysis) at the analytical interpretation stage. The use of information technologies in reflecting accounting data of marketing activities has been substantiated by forming a conceptual model of digital transformation of the accounting system of agricultural enterprises, which integrates modern technological tools to ensure completeness, efficiency and protection of accounting information (the minimum set of details of business transactions has been specified, requirements for the structure of databases have been formulated, the feasibility of using cloud services, Big Data technologies, non-relational databases (NoSQL) and integrations of ERP, CRM, platforms, taking into account information security regulations, to ensure completeness, efficiency and protection of accounting information has been determined). The methodological development of the dissertation is the proposed set of analysis methods, which includes ABC analysis, XYZ analysis, factor and correlation-regression analysis, elasticity methods, index models and break-even analysis (CVP). These approaches allow us to assess the relationships between the level of marketing costs, market share and financial results of activities. Based on the systematization of data, an integrated model of analytical assessment of marketing activities of agricultural enterprises was formed, which combines quantitative indicators (ROMI, ROA, NPM) with qualitative criteria of flexibility, seasonality and innovativeness of marketing solutions. A scenario forecasting tool using machine learning methods (moving averages, clustering, anomaly detection) for modeling the effects of marketing campaigns is proposed. The developed concept of an integrated accounting and analytical system for marketing activities is based on building an end-to-end digital data processing chain: from information collection connectors (Fivetran, Airbyte) to centralized storage (PostgreSQL, S3, DWH), transformation tools (dbt, SQL, Pandas), quality control (Great Expectations, Soda), process orchestration (Airflow, Dagster) and results visualization (Power BI, Tableau, Metabase). The practical result of the study is to create a basis for the transition of agricultural enterprises to a managed system of marketing decision analytics, in which accounting acts as a tool for strategic planning and monitoring of efficiency. The use of the proposed approaches ensures prompt response to market changes, increases the adaptability of business models and contributes to the long-term competitiveness of agribusiness.

### **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:** Нове вирішення актуального наукового завдання

### **Публікації:**

- Литвиненко В. С., Кривошей О. В. Класифікація витрат маркетингової діяльності в обліку сільськогосподарських підприємств. Економіка і управління бізнесом. 2023. Т. 14. № 3. С. 66–83.
- Кривошей О. В. Методи оцінки ефективності витрат на маркетингові дослідження в агробізнесі: обліковий та аналітичний підходи. Український економічний часопис. 2024. № 7. С. 40–47.
- Кривошей О. В. Цифрові підходи до обліку та аналізу маркетингової діяльності агробізнесу України: інструменти, методи та перспективи. Український економічний часопис. 2025. № 8. С. 32–39.
- Кривошей О. В. Інструменти штучного інтелекту в обліку маркетингової діяльності. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2025. № 18. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-18-09-01>.
- Литвиненко В. С., Кривошей О. В. Документальне забезпечення обліку маркетингової діяльності в умовах цифрової трансформації підприємств агробізнесу. Економіка та суспільство. 2025. № 76. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-20>

- Кривошей О. В. Аналітична оцінка ефективності витрат маркетингової діяльності аграрних підприємств. Ефективна економіка. 2025. № 9. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.9.92%20>.

**Наукова (науково-технічна) продукція:** організаційно-методичні підходи формування практичних рекомендацій щодо удосконалення системи обліку й аналізу витрат маркетингової діяльності підприємств агробізнесу

**Соціально-економічна спрямованість:** розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності підприємств агробізнесу, запропоновані підходи до класифікації, документування, облікової оцінки та аналітичної інтерпретації маркетингових витрат

**Охоронні документи на ОПВ:**

**Впровадження результатів дисертації:** Впроваджено

**Зв'язок з науковими темами:** 0121U110614

## VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Литвиненко Володимир Сергійович
2. Lytvynenko Volodymyr S

**Кваліфікація:** к. е. н., доц., 08.00.09

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Національний університет біоресурсів і природокористування України

**Код за ЄДРПОУ:** 00493706

**Місцезнаходження:** вул. Героїв Оборони, Київ, 03041, 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. Іщенко Яна Петрівна
2. Yana P. Ishchenko

**Кваліфікація:** к. е. н., доцент, 08.00.09

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-6819-5997

**Додаткова інформація:****Повне найменування юридичної особи:** Вінницький національний аграрний університет**Код за ЄДРПОУ:** 00497236**Місцезнаходження:** вул. Сонячна, Вінниця, Вінницький р-н., 21008, Україна**Форма власності:****Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України**Ідентифікатор ROR:** Не застосовується**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Василішин Станіслав Ігорович

2. Stanislav I. Vasylishyn

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.09**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0001-5023-9878**Додаткова інформація:****Повне найменування юридичної особи:** Національний науковий центр "Інститут аграрної економіки"**Код за ЄДРПОУ:** 00496805**Місцезнаходження:** вул. Героїв Оборони, Київ, 03127, Україна**Форма власності:** Державна**Сфера управління:** Національна академія аграрних наук України**Ідентифікатор ROR:****Рецензенти****Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Гуцаленко Любов Василівна

2. Liubov V. Hutsalenko

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.09**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0001-5181-8652**Додаткова інформація:****Повне найменування юридичної особи:** Національний університет біоресурсів і природокористування України**Код за ЄДРПОУ:** 00493706**Місцезнаходження:** вул. Героїв Оборони, Київ, 03041, Україна**Форма власності:** Державна**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України**Ідентифікатор ROR:**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

- Музиченко Андрій Олександрович
- Andrii O. Muzychenko

**Кваліфікація:** к. е. н., доц., 08.06.04**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-5442-0516**Додаткова інформація:****Повне найменування юридичної особи:** Національний університет біоресурсів і природокористування України**Код за ЄДРПОУ:** 00493706**Місцезнаходження:** вул. Героїв Оборони, Київ, 03041, Україна**Форма власності:** Державна**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України**Ідентифікатор ROR:****VIII. Заключні відомості****Власне Прізвище Ім'я По-батькові  
голови ради**

Бондаренко Валерій Михайлович

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові  
головуючого на засіданні**

Бондаренко Валерій Михайлович

**Відповідальний за підготовку  
облікових документів**

Боярчук Сергій Васильович

**Реєстратор**

Юрченко Тетяна Анатоліївна

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є  
відповідальним за реєстрацію наукової  
діяльності**

Юрченко Тетяна Анатоліївна