

РІШЕННЯ
РАЗОВОЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ВЧЕНОЇ РАДИ
ПРО ПРИСУДЖЕННЯ СТУПЕНЯ ДОКТОРА ФІЛОСОФІЇ

Здобувач ступеня доктора філософії БОДЕНКО Андрій, 1992 року народження, громадянин України,

освіта вища: закінчив у 2014 році Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого за спеціальністю «Правознавство»,

аспірант Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця; працює на посаді викладача Комунального закладу «Харківський ліцей № 1 Харківської міської ради», м. Харків,

виконав акредитовану освітньо-наукову програму «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Разова спеціалізована вчена рада ДФ 64.055.086, утворена наказом Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця від «25» червня 2026 року № 230, у складі:

Голови разової спеціалізованої вченої ради –

Олени ГАВРИЛЬЧЕНКО, доктора економічних наук, професора, заступника директора навчально-наукового інституту менеджменту і маркетингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.

Рецензентів –

Олени НЕБИЛИЦІ, кандидата економічних наук, доцента, доцента кафедри маркетингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця;

Марини УС, кандидата економічних наук, доцента, доцента кафедри маркетингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.

Офіційних опонентів –

Петра ГУДЗЯ, доктора економічних наук, професора, професора кафедри менеджменту та адміністрування, Національний університет «Запорізька політехніка»;

Юлії ПОЛЯКОВОЇ, доктора економічних наук, професора, декана факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій, Львівський торговельно-економічний університет,

на засіданні «07» вересня 2026 року прийняла рішення про присудження ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» Андрію БОДЕНКУ на підставі публічного захисту дисертації «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Дисертацію виконано у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця, Міністерство освіти і науки України, м. Харків.

Науковий керівник – Людмила ГРИНЕВИЧ, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.

Дисертацію подано у вигляді спеціально підготовленого рукопису, в якому містяться нові науково обґрунтовані результати проведених здобувачем досліджень, присвячених узагальненню теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств. У дисертації проведено дослідження факторів, що впливають на комунікацію релокованих підприємств у сфері маркетингу, визначено сутність та зміст поняття «дистанційна робота» з урахуванням специфіки сфери маркетингу та умов релокації. Розроблено теоретико-методичний підхід до розширення каналів комунікації релокованих підприємств, який базується на омніканальному підході. Удосконалено аналітичне забезпечення ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств, що містить у підґрунті експертний аналіз. Удосконалено класифікацію типів загроз для підприємств в процесі організації дистанційної роботи в сфері маркетингу, яка містить у підґрунті метод Уорна у поєднанні з алгоритмом k-means. Розвинений організаційний підхід до адаптації релокованих підприємств на нових сегментах ринку, який ґрунтується на теоретичній моделі організації дистанційної роботи в сфері маркетингу. Досліджено теоретичні, методичні та практичні аспекти організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств, що має істотне значення для галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Здобувач має 8 наукових публікацій за темою дисертації, з них 5 наукових публікацій відповідають вимогам пунктів 8, 9 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 від 12 січня 2022 року № 44 (із змінами):

1. Боденко А. І. Особливості формування каналів комунікації релокованих підприємств. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2024. № 4(40). С. 148-159. (0.79 ум.друк.арк.).

DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4\(40\)-148-159](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4(40)-148-159)

URL: <https://ppeu.stu.cn.ua/article/view/323172/313477>

2. Боденко А. І. Форми та інструменти організації дистанційної роботи в сфері маркетингу підприємницької діяльності. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 15. (0.6 ум.друк.арк.).

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17127313>

URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/781/774>

3. Боденко А. І. Формування організаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2. № 9. (0.85 ум.друк.арк.)

DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(9\)-52S](https://doi.org/10.60022/2(9)-52S)

URL:

<https://journals.csr.com.ua/index.php/sustainability/uk/article/view/330/371>

4. Боденко А. І. Особливості використання інструментарію організації дистанційної роботи в сфері маркетингу на релокованих підприємствах в сучасних умовах. *Науковий вісник Полісся*. 2025. № 2 (31). С. 199-210. (0.8 ум.друк.арк.)

DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2025-2\(31\)-199-210](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2025-2(31)-199-210)

URL: <https://nvp.stu.cn.ua/article/view/353510/340074>

5. Гриневич Л. В., Боденко А. І. Особливості використання омніканального підходу до організації дистанційної роботи маркетингової діяльності релокованих підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2026. № 98. С.162-168 (0.9/0.45 ум.друк.арк.).

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.98-24>

URL: <https://journals.iei.od.ua/index.php/bses/uk/article/view/158/133>

У дискусії взяли участь (голова, рецензенти, офіційні опоненти) та висловили зауваження:

Офіційний опонент Петро Васильович ГУДЗЬ, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та адміністрування Національного університету «Запорізька політехніка», надав позитивний відгук із зауваженнями:

1. На с. 52-53 дисертації автор аналізує групи соціально-економічних чинників поширення дистанційної роботи у сфері маркетингу в умовах релокації підприємств. До їх складу віднесено інституційні чинники, які пов'язуються з регуляторними умовами та правовими аспектами організації праці. На нашу думку, таке трактування потребує додаткового теоретичного обґрунтування. Інституційне середовище визначає загальні умови функціонування суб'єктів господарювання незалежно від виду їх діяльності, тому доцільно було б чіткіше аргументувати його безпосередній вплив саме на маркетингову діяльність або конкретизувати, які інституційні чинники формують специфічні умови функціонування комплексу маркетингу в процесі релокації підприємства.

2. На с. 90-92 дисертації виділено три етапи релокації підприємств в Україні, що стало наслідком широкомасштабної військової агресії РФ. Разом із тим потребує додаткового пояснення висновки автора щодо нижчих темпів релокації підприємств у 2022 р. порівняно з 2023-2024 роками. З методологічної точки зору доцільно було б більш детально розкрити критерії такого періодизування, інформаційну базу та чинники, які стали підставою для відповідних висновків.

3. На с. 94 автор зазначає, що зростання питомої ваги сільського господарства з 4,65 % у 2025 р. до 2,24 % у 2024 р. свідчить про активний пошук суб'єктами господарювання безпечних локацій для виробничих потужностей та складської логістики. Таке твердження викликає наукову дискусію. Альтернативним поясненням може бути суттєве скорочення обсягів промислового виробництва, що зумовило відносне збільшення питомої ваги аграрного сектору в структурі економіки. Крім того, на інтерпретацію наведених результатів істотно впливають витрати сільськогосподарських угідь у наслідок бойових дій та мінування значних територій. У зв'язку з цим наведений висновок потребував би ширшої емпіричної аргументації.

4. На с. 100 наведено результати кластеризації регіонів України за кількістю релокованих підприємств. Представлені результати є науково цікавими та мають практичне значення для формування регіональної політики підтримки бізнесу. Водночас доцільно було б уточнити, з яких причин окремі регіони України не увійшли до сформованих кластерів, а також пояснити можливі управлінські наслідки такого розподілу для прийняття рішень щодо підтримки релокованих підприємств.

5. На с. 104 дисертації зазначено, що міжнародні санкції та обмеження, запроваджені у відповідь на військову агресію, зменшили можливості України

для експорту та імпорту, що негативно позначилося на діяльності суб'єктів господарювання. Таке твердження потребує певного уточнення, оскільки міжнародні санкції були спрямовані насамперед проти держави-агресора. Водночас негативний вплив на зовнішньоекономічну діяльність українських підприємств значною мірою був зумовлений руйнуванням логістичної інфраструктури, блокуванням транспортних маршрутів, порушенням виробничо-збутових ланцюгів та іншими наслідками війни. Більш чітке розмежування цих чинників могло б стати перспективним напрямом подальшого розвитку дослідження.

6. Окремо слід відзначити, що практичну цінність дисертаційного дослідження могла б додатково посилити більш системна класифікація та порівняльний аналіз програм державної, регіональної та місцевої підтримки релокованого бізнесу в Україні із визначенням механізмів їх впливу на організацію дистанційної роботи, маркетингову адаптацію підприємств та підвищення ефективності процесів релокації.

Офіційний опонент Юлія Володимирівна ПОЛЯКОВА, доктор економічних наук, професор, декан факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій Львівського торговельно-економічного університету, надала позитивний відгук із зауваженнями:

1. Серед переваг та проблем розвитку дистанційної зайнятості, с. 29 дисертації, здобувач називає «недосконале правове регулювання» в той час, як цьому питанню в Україні присвячено низку законодавчих актів, які, до речі, склали нормативне підґрунтя дослідження.

2. У ході узагальнення методів організації дистанційної роботи, с. 46, здобувач розподіляє їх на три групи: економічні, знанієві та інноваційні, але чи існує чітке розмежування між знаннями та інноваціями, це дискусійне питання і воно потребує на пояснення.

3. Запропонована здобувачем теоретична модель організації дистанційної роботи на релокованих підприємствах, с. 69-70, потребує деталізації, зокрема, викликає дискусію зміст культурної компоненти, потребує пояснення її зміст: вона охоплює виключно персонал чи споживацька аудиторія також потрапляє під її дію.

4. Матриця каналів комунікації релокованих підприємств серед ознак каналів комунікації містить «стратегії в малому бізнесі», с. 88, що ніяким чином не мають відношення до ознак каналів комунікації.

5. Потребують на пояснення результати проведеної здобувачем кластеризації регіонів України на основі показника кількості релокацій підприємств, с. 100, так залишилось поза увагою питання можливості переходу регіону з одного кластеру до іншого. Також не зрозуміло, чому регіон Чернігівської області не потрапив до кластеру «Стійкі прифронтові зони».

6. На с. 113 здобувач зазначає: «Особливістю дистанційної зайнятості є також питання компенсації витрат працівника. Українське законодавство передбачає можливість відшкодування витрат, пов'язаних із використанням обладнання, програмного забезпечення, інтернет-зв'язку та електроенергії, якщо це передбачено трудовим договором». Вбачається за доцільне збір інформації про наявність такої інформації в колективних договорах та визначення відсотка підприємців, які виконують такі умови.

Рецензент Олена Анатоліївна НЕБИЛИЦЯ, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, надала позитивний відгук із зауваженнями:

1. В роботі розглянуто основні парадигми теоретичних засад релокації бізнесу, с. 62, але не зосереджено увагу на питанні, яка з теорій є прийнятною у період військового стану, коли релокація стає інструментом збереження бізнесу.

2. Чотирьох векторна модель ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств, с. 128, містить три вектори, що сформовані з загроз внутрішнього середовища підприємства: техніко-технологічні, фінансово-економічні та кадрові, а також вектор загроз зовнішнього середовища – безпекові загрози. Дискусійним є рішення розміщувати всі чотири вектори як загрози одного рівня небезпеки.

3. В організаційній моделі дистанційної роботи релокованих підприємств, с. 162, у блоці 5.1 розміщено інструмент стратегічного планування в той час, як блок спрямований на регулятивний рівень формування логіки взаємодії, що є дискусійним рішенням.

4. Організаційне забезпечення дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств, с. 174, містить дискусійний порядок реалізації, зокрема, на етапі 3 запропоновано реорганізувати маркетингову структуру, а потім, на етапі 4 розробляти маркетингову стратегію, хоча всі організаційні заходи слід реалізовувати у відповідності до нової стратегії.

5. Серед ключових аспектів омніканального підходу, с. 181, доцільно було вказати на його недоліки або загрози у ході його впровадження.

Вказані вище зауваження та дискусійні положення не перешкоджають загальній позитивній оцінці роботи.

Рецензент Марина Ігорівна УС, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, надала позитивний відгук із зауваженнями:

1. Серед чинників, які обумовлюють поширення дистанційної роботи, стор. 24 дисертації, відсутні ті, що є проявом надзвичайних ситуацій, хоча саме вони обумовлюють перехід до такої форми організації праці. Також не знайшла відображення у дослідженні група чинників, які характеризують прагнення підприємця скоротити витрати на господарчу діяльність за рахунок відмови від оренди офісних приміщень.

2. Автор розглядає основні форми організації дистанційної роботи, стор. 48-50, але не наголошує, яка з них є ефективною в умовах воєнного стану. Порівняльний аналіз переваг та недоліків кожної з форм дистанційної роботи значно покращить якість дослідження.

3. У теоретичній моделі організації дистанційної роботи на релокованих підприємствах, стор. 68-70, дискусійно виокремлено людську компоненту зі складу організаційної компоненти, адже жодна організаційна перебудова неможлива без участі людей.

4. На стор. 119 автор зазначає: «Внутрішні фактори, включаючи дефіцит ресурсів (скорочення персоналу на 22% серед МСП) та психологічні бар'єри (технострес від дистанційної роботи), ускладнюють реалізацію кампаній, призводячи до втрат у залученні аудиторії на 25–35%, як фіксують звіти про вплив кризи на торгівлю». Не можна не погодитись з цими фактами, але зовсім не враховано зменшення потенційної купівельної аудиторії, що не могло не відбитися на результатах господарчої діяльності.

5. В алгоритмічній моделі ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств, стор. 127, слід було вказати умови та параметри за яких відбувалося формування інформаційного простору дослідження.

Голова спеціалізованої вченої ради Олена Володимирівна ГАВРИЛЬЧЕНКО, доктор економічних наук, професор, заступник директора навчально-наукового інституту менеджменту і маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, надала позитивний відгук без зауважень.

Результати відкритого голосування:

«За» 5 членів ради,

«Проти» 0 членів ради.

На підставі результатів відкритого голосування разова спеціалізована вчена рада ДФ 64.055.086 присуджує Андрію БОДЕНКУ ступінь доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Відеозапис трансляції захисту дисертації додається.

Голова разової спеціалізованої
вченої ради


(підпис)

Олена ГАВРИЛЬЧЕНКО
(власне ім'я та прізвище)

