

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор Харківського національного  
економічного університету  
імені Семена Кузнеця

Тетяна ЦІТАЛЬ



2026 р.

**ВИСНОВОК****про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації**

Боденка Андрія Івановича «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств», яка представлена на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Публічна презентація наукових результатів дисертації Боденка Андрія Івановича «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств» та її обговорення відбулися 29 квітня 2026 р. на засіданні кафедри маркетингу. У результаті проведеної презентації та обговорення дисертації експертами у складі к.е.н., доцента, доцента кафедри маркетингу Котельникової Юлії Миколаївни і к.е.н., доцента, доцента кафедри маркетингу Родіонова Сергія Олександровича та присутніх на засіданні членів кафедри дійшли таких висновків.

**1. Науковий рівень дисертації відповідає діючим вимогам до атестації здобувачів ступеня доктора філософії, а саме 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 КМУ № 341 від 21.03.2022, № 502 від 19.05.2023, № 507 від 03.05.2024), а саме:**

щодо пунктів 6 і 7 – дисертація подана у вигляді спеціально підготовленого рукопису, виконана українською мовою, є кваліфікаційною науковою працею, виконаною особисто здобувачем, характеризується єдністю змісту, має встановлену вимогами структуру: анотацію, вступ, три розділи, висновки в кінці розділів, висновки, список використаних джерел, додатки, містить нові науково

обґрунтовані результати проведених здобувачем досліджень, які виконують конкретне наукове завдання, що має істотне значення для галузі знань спеціальності 075 «Маркетинг», зокрема, узагальнення і розвиток теоретико-методичних положень й практичних рекомендацій щодо організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації суб'єктів господарювання.

**2. Дисертація виконана на актуальну тему.** Дистанційна робота релокованих підприємств у платформенній економіці постає не тимчасовим компромісом, а структурно вмотивованою стратегією з виразними перевагами у продуктивності, швидкості адаптації та доступі до ринкових можливостей. У контексті глобальних викликів, таких як геополітичні конфлікти, економічна нестабільність та швидкий розвиток цифрових технологій, релокація підприємств стає неминучим процесом для багатьох компаній, особливо в Україні. Одним із вагомих теоретичних досягнень дисертанта є уточнення сутності поняття «дистанційна робота» в контексті філософії маркетингу у ході релокації підприємств. Остання визначається як форма зайнятості, яка базується на інформаційно-комунікаційних технологіях і забезпечує ефективну взаємодію між працівником та роботодавцем без фізичної присутності на території підприємства й за умови дотримання результатами господарчої діяльності інтересів кінцевого споживача. Це визначення підкреслює поєднання свободи вибору робочого місця з технологічною підтримкою, дозволяючи організовувати трудовий процес поза традиційним офісним середовищем. На відміну від класичних трактувань, запропоноване формулювання враховує специфіку релокації, коли підприємства стикаються з географічними, культурними та нормативними бар'єрами. Все це зумовило актуальність теми дисертації Боденка Андрія Івановича.

Актуальність роботи підтверджується також її зв'язком з науковими дослідженнями Харківського національного економічного університету імені С. Кузнеця за темою «Стратегії адаптації маркетингових інструментів для забезпечення розвитку підприємств в умовах дистанційної роботи» (номер державної реєстрації 0124U004821), що підтверджує актуальність та цінність його напрацювань (довідка № 68/2025 від 06.10.2025).

### **3. Результати дослідження дисертанта мають наукову новизну.**

Наукова новизна результатів, отриманих особисто автором, полягає у такому: *удосконалено:*

- теоретико-методичний підхід до розширення каналів комунікації релокованих підприємств, який, на відміну від існуючих, базується на омніканальному підході, що дає змогу враховувати культурно-географічні та нормативно-правові особливості місця релокації;

- аналітичне забезпечення ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств, що, на відміну від існуючого, містить у підґрунті експертний аналіз, це дає змогу визначити та оцінити вплив факторів зовнішнього середовища на комунікацію з громадою та

споживачами;

- класифікацію типів загроз для підприємств в процесі організації дистанційної роботи в сфері маркетингу, яка, на відміну від існуючих, містить у підґрунті метод Уорна у поєднанні з алгоритмом k-means, що дає змогу виокремити ознаки релокації, які впливатимуть на формування комунікації підприємства з громадою та споживачами;

*дістали подальшого розвитку:*

- визначення сутності поняття «дистанційна робота» відмінністю якого є врахування специфіки сфери маркетингу та умов релокації підприємств, що являє собою форми зайнятості, які використовують інформаційно-комунікаційні технології та забезпечують можливість ефективної взаємодії між працівником і роботодавцем, а також між працівником і потенційною комунікаційною аудиторією без необхідності фізичної присутності на території підприємства, це дає змогу поєднати свободу вибору робочого місця з технологічною підтримкою та організувати трудовий процес поза традиційним офісним середовищем за умови дотримання результатами господарчої діяльності інтересів кінцевих споживачів;

- організаційний підхід до адаптації релокованих підприємств на нових сегментах ринку, який, на відміну від існуючого, ґрунтується на теоретичній моделі організації дистанційної роботи в сфері маркетингу, що дає змогу налагодження комунікацій з урахуванням географічного та ментального факторів.

**4. Розробки дисертанта мають практичну цінність, що підтверджується їх впровадженням у практику діяльності суб'єктів господарювання, а саме:**

аналітичне забезпечення ідентифікації загроз організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств впроваджене у Харківському національному економічному університеті імені С. Кузнеця у ході виконання НДР за темою «Стратегії адаптації маркетингових інструментів для забезпечення розвитку підприємств в умовах дистанційної роботи» (номер державної реєстрації 0124U004821), (довідка № 68/2025 від 06.10.2025);

організаційний підхід до адаптації релокованих підприємств на нових сегментах ринку отримав впровадження в діяльність ФОП "ШЕВЧЕНКО О.П." (довідка про впровадження № 1 від 25.09.2024 р.).

**5. Оформлення дисертації відповідає діючим вимогам, затвердженим Наказом Міністерства освіти і науки України № 40 від 12.01.2017 р. «Про затвердження вимог до оформлення дисертації» (із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства освіти і науки № 759 від 31.05.2019 р.).** Робота виконана в науковому стилі, її зміст викладено в логічній послідовності розв'язування завдань дослідження.

**6. Структура й обсяг дисертації відповідають вимогам виконаної освітньо-наукової програми.** Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох

розділів, висновків в кінці розділів, висновків, додатків. Обсяг дисертації становить 220 сторінок (9,2 авт. арк.), в тому числі основний текст складає 165 сторінок (6,9 авт. арк.), який включає 8 таблиць, 31 рисунок (2 рисунки займають 2 повні сторінки). Список використаних джерел до розділу 1 – 61 найменування на 8 сторінках, до розділу 2 – 107 найменувань на 13 сторінках, до розділу 3 – 59 найменувань на 8 сторінках. Робота включає 5 додатків, що представлені на 12 сторінках.

**7. Всі наукові результати дисертації опубліковані, апробація результатів є достатньою,** отже, вимоги пунктів 8 і 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 № 44 від 12 січня 2022 року (із змінами внесеними згідно з Постановами КМУ № 341 від 21.03.2022, № 502 від 19.05.2023, № 507 від 03.05.2024) виконані.

За темою дисертації опубліковано 8 наукових публікацій, а саме: 5 статей у наукових виданнях, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України, та 3 тез доповідей у матеріалах науково-практичних конференцій.

П'ять наукових публікацій відповідають п. 8 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, та зараховуються як п'ять наукових публікацій. Окрім того, результати наукового дослідження Боденка Андрія Івановича пройшли апробацію на міжнародних науково-практичних конференціях, за результатами яких опубліковано 3 тез доповідей у матеріалах конференцій. Загальний обсяг публікацій здобувача становить 4,52 ум.друк. арк, з них особисто автору належить 4,07 ум.друк. арк.

В опублікованих працях здобувача повністю відображені сутність та зміст отриманих результатів дослідження та їхня наукова новизна. Результати дослідження доповідалися і отримали позитивну оцінку на міжнародних науково-практичних конференціях. З огляду на це, апробація результатів дисертаційної роботи є достатньою.

#### **Публікації, що відтворюють наукові результати дисертації:**

У наукових фахових виданнях України, що входять до переліку фахових видань в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт:

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: <http://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. С. 449-456. (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: <http://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>

*Особистий внесок автора: обґрунтування омніканального підходу до організації дистанційної роботи маркетингової діяльності релокованих підприємств, який дає змогу враховувати культурно-географічні та нормативно-правові особливості місця релокації.*

#### **У матеріалах конференцій:**

6. Боденко А.І. Проблеми в організації дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємства. *Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Конкурентноспроможність та інновації: проблеми науки і практики»* (м. Харків, 24 листопада 2023 р.), 2023. С. 999 – 1003. (0,19 ум.друк.арк.)

URL: <https://ndc-ipr.org/publications/?page=3>

7. Боденко А.І. Релокація підприємств: визначення особливостей. *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє»* (м. Харків, 25 жовтня 2024 р.), 2024. С. 205 – 208. (0,19 ум.друк.арк.)

URL: [https://mr.khmn.edu.ua/wp-content/uploads/sites/35/zbirnyk-tez\\_ki\\_2024.pdf](https://mr.khmn.edu.ua/wp-content/uploads/sites/35/zbirnyk-tez_ki_2024.pdf) - page=206

8. Боденко А.І. Формування каналів комунікації релакованих підприємств. *The VII International scientific and practical conference «Present and future: priority areas of research in scientific and educational activities»* (Prague, Czech Republic, February 17-19), 2025. С. 37 – 40. (0,2 ум.друк.арк.)

URL: <https://eu-conf.com/wp-content/uploads/2024/12/PRESENT-AND-FUTURE-PRIORITY-AREAS-OF-RESEARCH-IN-SCIENTIFIC-AND-EDUCATIONAL-ACTIVITIES.pdf#page=38>

Апробація результатів дисертації. Основні результати досліджень, висновки і рекомендації, викладені в дисертаційній роботі, доповідалися на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, зокрема на Міжнародних науково та науково-практичних конференціях: Present and future: priority areas of research in scientific and educational activities: 7 Міжнародна науково-практична конференція (Prague, Czech Republic, 17-19 лютого, 2025 р.), Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє: 1 Міжнародна науково-практична конференція (Харків, 25 жовтня 2024 р.), Конкурентноспроможність та інновації: проблеми науки і практики: Міжнародна науково-практична конференція (Харків, 24 листопада 2023 р.).

**8. Дисертація «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств» Боденка Андрія Івановича виконана із дотриманням принципів академічної доброчесності.** Усі результати, які винесено автором на захист, отримані самостійно і містяться в опублікованих роботах. У роботах, опублікованих у співавторстві, використані тільки ті ідеї, положення та розрахунки, які є результатом особистих наукових пошуків автора. Особистий внесок дисертанта у колективні наукові роботи конкретизовано у списку праць здобувача, наведеному вище.

**9. Загальний висновок.** Дисертація Боденка Андрія Івановича є завершеною кваліфікаційною науковою працею, має теоретичну та практичну цінність, в якій викладено авторський підхід до узагальнення та розробки теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо організації дистанційної роботи в сфері маркетингу в умовах релокації підприємств.

Проведені дослідження характеризують Боденка Андрія Івановича як кваліфікованого та зрілого наукового працівника, здатного проводити теоретичні та практичні дослідження в галузі маркетингу на високому рівні. Дисертант володіє методологією наукового пошуку та має широкий науковий кругозір.

Подана дисертаційна робота «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств» Боденка Андрія Івановича відповідає спеціальності 075 – «Маркетинг», відповідає вимогам до дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора філософії, а саме вимогам пунктів 6, 7, 8 і 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 № 44 від 12 січня 2022 року (із змінами внесеними згідно з Постановами КМУ № 341 від 21.03.2022, № 502 від 19.05.2023, № 507 від 03.05.2024).

Автор роботи, Боденко Андрій Іванович, може бути представлений до публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації на здобуття ступеня доктора філософії у разовій спеціалізованій вченій раді з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг» після її утворення рішенням вченої ради ХНЕУ ім. Семена Кузнеця та введення в дію відповідного наказу.

**10. Рішенням розширеного кафедри маркетингу (протокол № 16 від 29.04.2026 р.)**

**УХВАЛИЛИ:**

**10.1. Затвердити** «Висновок про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації» Боденка Андрія Івановича «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств», яка представлена на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг».

**10.2. Рекомендувати** дисертацію Боденка Андрія Івановича «Організація дистанційної роботи в сфері маркетингу при релокації підприємств» до подальшого публічного захисту у разовій спеціалізованій вченій раді з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг» після її утворення рішенням вченої ради ХНЕУ ім. Семена Кузнеця та введення в дію відповідного наказу.

Експерт за дисертацією,  
доцент кафедри маркетингу,  
к.е.н., доцент

Юлія КОТЕЛЬНИКОВА

Експерт за дисертацією,  
доцент кафедри маркетингу,  
к.е.н., доцент

Сергій РОДІОНОВ

Головуючий на засіданні  
д.е.н., професор

Дмитро ШИЯН