

ВІДГУК
ОФІЦІЙНОГО ОПОНЕНТА
кандидата економічних наук, доцента
Линдюка Андрія Олександровича
завідувача кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу
Львівського національного університету природокористування
на дисертаційну роботу Колодяжної Вікторії Олександрівни
на тему "Маркетинговий механізм конкурентоспроможності крафтового
виробництва регіону", подану на здобуття ступеня доктора філософії з
галузі знань 07 - Управління та адміністрування за спеціальністю 075 –
Маркетинг

**Актуальність обраної теми та її зв'язок з науковими програмами, планами,
темами**

В сучасних умовах крафтове виробництво потребує постійної оптимізації діяльності, а маркетинговий механізм його конкурентоспроможності стає ключовим чинником стійкого розвитку. У контексті сучасних економічних та соціокультурних реалій, крафтове виробництво виступає не лише як спосіб виготовлення продукції, а й як важливий елемент регіонального розвитку, збереження традицій та формування конкурентних переваг. Зростання конкуренції, глобалізація ринків та зміни у споживчих прагненнях вимагають від крафтових виробників стратегій, спрямованих на підвищення впізнаваності, залучення нових клієнтів і формування стійкої репутації бренду. Вірно побудований маркетинговий механізм дозволяє не лише виділитися серед конкурентів, але й визначати підприємство як надійного виробника якісної та унікальної продукції. З урахуванням зростаючого попиту на екологічно чисті продукти та збільшення інтересу до походження товарів, маркетингові механізми стають стратегічним інструментом для вирішення цих викликів.

Залучення інвестицій, розширення ринкової присутності та підвищення лояльності споживачів - усе це можливо завдяки правильно спроектованій та реалізованій маркетинговій стратегії, яка враховує сучасні тенденції та вимоги ринку. Це визначає актуальність теми дисертаційної роботи Колодяжної В.О., що має важливе теоретико-практичне значення та забезпечує розроблення теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо маркетингових механізмів забезпечення конкурентоспроможності крафтового виробництва регіону.

Виконання дисертаційної роботи відповідає проблематиці наукових досліджень кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету згідно з темами: «Управління конкурентоспроможністю підприємств на засадах інноваційного маркетингу» (номер державної реєстрації 0119U100250, 2019-2022 рр.); «Маркетингове забезпечення ринку агропродовольчої продукції в умовах сталого розвитку» (номер державної реєстрації 0121U113070, 2021-2025 рр.); «Удосконалення освітнього контенту з органічного землеробства в Україні відповідно до плану дій ЄС» (№ 101127349 - Organic-EU - ERASMUS-JMO-2023-MODULE, 2023 р.).

Ступінь достовірності та обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

Ретельний аналіз змісту дисертації, поданих у ній даних, виконаних розрахунків та сформульованих висновків підтверджує обґрунтованість і достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій.

При написанні дисертаційної роботи авторкою використано комплекс наукових методів, які забезпечили всебічне дослідження проблематики маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва регіону. Серед них – методи групування і систематизації, аналізу та синтезу, моделювання, статистичного аналізу, експертного опитування, графічного представлення даних, а також морфологічний аналіз. Використання зазначених методів дало можливість не лише виявити особливості функціонування маркетингових механізмів у секторі крафтового виробництва, але й сформулювати обґрунтовані рекомендації щодо їх удосконалення.

Мета дисертаційного дослідження, яка полягає в розробці теоретичних засад, методичних підходів та практичних рекомендацій щодо маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва регіону, повністю відповідає тематиці наукової роботи.

Об'єкт і предмет дослідження визначені коректно. Наукові завдання структуровані логічно, їх кількість і зміст забезпечують повне розкриття проблематики дослідження.

У першому розділі «Теоретико-методологічні засади маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва» авторкою здійснено глибокий аналіз наукових підходів до визначення конкурентоспроможності та маркетингових механізмів її забезпечення. Розглянуто основні концепції маркетингового управління, систематизовано

підходи до формування конкурентних переваг для підприємств крафтового сектору.

Другий розділ «Оцінка стану конкурентоспроможності крафтових підприємств регіону» присвячено аналізу практичних аспектів маркетингового управління в секторі крафтового виробництва. Охарактеризовано стан брендингу, канали комунікації та продажу, вплив цифрових технологій на конкурентні позиції виробників. Окрему увагу приділено міжнародному досвіду та його адаптації до реалій вітчизняного ринку.

У третьому розділі «Шляхи удосконалення маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва» запропоновано стратегії маркетингового розвитку малих виробників. Обґрунтовано роль диференціації продукції, впливу регіональної ідентичності, екологічної відповідальності та «зеленого маркетингу» у формуванні конкурентних переваг. Виконано емпіричні дослідження, що підтверджують ефективність запропонованих підходів.

Підсумовуючи, слід зазначити, що всі наукові положення, висновки та рекомендації є логічно взаємопов'язаними, аргументованими й отримані авторкою самостійно. Отже, наукові результати, викладені у дисертаційній роботі Колодяжної В.О., є обґрунтованими та достовірними.

Наукова новизна результатів дисертаційного дослідження і достовірність отриманих результатів, висновків і рекомендацій

Усі наукові положення, сформовані Колодяжної В.Г. самостійно та відображають особистий внесок дисертантки в розвиток економічної науки. Аналізування дисертації та публікацій дисертантки свідчить про наявність елементів наукової новизни.

- обґрунтовано концептуальні засади маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва регіону, що передбачають інтеграцію нішевого маркетингу, цифрових платформ просування, брендингу та стратегічної взаємодії з місцевими громадами, що дозволяє підвищити стійкість малих виробників у конкурентному середовищі;

- методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності крафтового виробництва, що базується на аналізі економічних, технологічних та ринкових чинників, визначенні рівня диверсифікації продукції та оцінці впливу маркетингових стратегій на розвиток нішевого ринку, та на відміну від існуючих підходів враховує специфіку локального виробництва, залежність від

регіонального попиту та необхідність комплексної взаємодії з кінцевими споживачами;

- класифікацію крафтової продукції регіону, шляхом виокремлення основних категорій товарів (сири, м'ясні вироби, ремісничі напої, випічка тощо) та встановлення їхньої ринкової частки, що відрізняється від наявних класифікацій тим, що враховує не лише технологічні особливості виробництва, але й рівень ринкової представленості, споживчі уподобання та регіональні фактори, що впливають на розвиток певних сегментів крафтової продукції;

- типологію стратегій маркетингової підтримки крафтових виробників, що включає комплекс заходів із брендингу, розвитку гастрономічного туризму, кооперації з ресторанним бізнесом та використання цифрових каналів збуту для покращення впізнаваності продукції та розширення її географічного охоплення та на відміну від традиційних маркетингових стратегій адаптовано до особливостей крафтового виробництва, його вузькоспеціалізованих ринків та потреби у формуванні довгострокової лояльності споживачів;

- підхід до використання маркетингових інструментів для посилення конкурентоспроможності крафтового виробництва, що базується на аналізі структурних диспропорцій між виробництвом та реалізацією продукції в регіонах України та обґрунтуванні ефективних механізмів інтеграції локальних виробників у національний та міжнародний ринок.

- наукове тлумачення дефініції «крафтова сільськогосподарська продукція» шляхом її ідентифікації як категорії агропродовольчого виробництва, що поєднує якісні, технологічні та ринкові характеристики продукції з високою доданою вартістю, відзначається обмеженими обсягами виробництва, використанням локальної сировини, застосуванням традиційних або інноваційних технологій, що забезпечують унікальність, автентичність та відповідність принципам сталого розвитку, а також формуванням конкурентних переваг на нішевих ринках через регіональну ідентичність, етичність виробництва та відповідність очікуванням споживачів, орієнтованих на якість та екологічність.

Аналіз літератури, використаної в дисертаційному дослідженні

Достовірність наукових положень, отриманих висновків і рекомендацій у дисертаційному дослідженні Колодяжної В.О. підтверджується використанням широкої інформаційної бази, що включає праці вітчизняних і зарубіжних

науковців у сфері маркетингу, стратегічного управління та конкурентоспроможності підприємств, а також дослідження, присвячені специфіці розвитку крафтового виробництва. Важливу основу дослідження становить вітчизняна та міжнародна нормативно-правова база, що регулює діяльність малого бізнесу, розвиток нішевих ринків та стандартизацію харчових продуктів відповідно до вимог ЄС. Аналіз проводився на основі статистичних даних Державної служби статистики України, Міністерства аграрної політики та продовольства України, а також міжнародних організацій, зокрема FAO (Продовольча і сільськогосподарська організація ООН) та Європейської комісії з питань сільського господарства. Значну увагу приділено аналітичним матеріалам галузевих асоціацій та бізнес-об'єднань крафтових виробників, таких як Європейська федерація ремісничого виробництва та відповідні українські профільні об'єднання. Вагомою складовою є емпіричні дані, зібрані в рамках авторського дослідження, що включають опитування представників крафтового виробництва, маркетологів та кінцевих споживачів, а також оцінку ефективності маркетингових стратегій у цьому сегменті. Комплексний підхід, що поєднує різноманітні методи дослідження, дозволив забезпечити всебічність та обґрунтованість отриманих результатів. Перелік використаних джерел у дисертаційному дослідженні Колодяжної В.О. складає 202 найменування, що свідчить про глибокий аналіз предметної області, високий рівень наукової обґрунтованості та комплексність вивчення маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва регіону.

Аналіз публікацій автора за темою дисертаційного дослідження

За темою дисертації опубліковано 8 наукових праць загальним обсягом 2,9 друк. арк. (з яких особисто авторові належить 2,08 друк. арк.), зокрема: 2 статей у наукових фахових виданнях України, а також 4 тези і матеріалів доповідей за результатами участі у конференціях..

Результати наукового дослідження пройшли належну апробацію: доповідались та обговорювались під час роботи міжнародних наукових конференцій а саме науково-практичній конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (м. Суми, 15-19 квітня 2022 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Економічні, соціальні та екологічні проблеми розвитку агропродовольчої сфери» (м. Харків, 19 лютого 2021 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Європейська інтеграція: історичний досвід та економічні перспективи» (м. Одеса, 3-4 березня 2021р.); 23-й Міжнародній

науково-практичній конференції «Технології XXI століття» (м. Одеса, 11-16 вересня 2023 р.) та інших.

Опубліковані Колодяжної В.О. наукові праці повністю відображають зміст дисертації. На підставі аналізування наукових публікацій дисертантки можна стверджувати про повноту викладу основних наукових положень та результатів у наукових джерелах.

Практична цінність положень, результатів та висновків дисертаційної роботи

Отримані результати дослідження демонструють високу практичну значущість, оскільки забезпечують ефективний інструментарій для формування, вибору та реалізації маркетингових механізмів конкурентоспроможності крафтового виробництва. Основні практичні результати, які можуть бути впроваджені у діяльність крафтових підприємств, включають наступні аспекти:

1. Розроблена класифікація крафтової продукції за критеріями ринкового позиціонування, що дозволяє підприємствам чітко визначати власну маркетингову стратегію, враховуючи унікальні особливості виробництва та регіонального попиту. Це забезпечує ефективне сегментування ринку та формування стратегічних переваг.

2. Розроблена модель впливу «локальної автентичності» та «національної відповідальності» на купівельні рішення споживачів, що базується на методах структурного моделювання. Доведено, що ці чинники суттєво підвищують довіру до бренду та формують довгострокову лояльність клієнтів.

3. Емпірично підтверджено доцільність використання концепції «національної відповідальності» у маркетингових стратегіях крафтових підприємств, що дозволяє формувати унікальні конкурентні переваги, розширювати ринки збуту та підвищувати репутаційну цінність бренду.

4. Запропоновані управлінські рекомендації для крафтових виробників, які прагнуть розвивати «зелений» маркетинг, зокрема щодо створення екологічно орієнтованого бренду. Доведено, що стратегія зеленого маркетингу позитивно впливає на купівельний намір споживачів, рівень довіри до бренду, лояльність споживачів та загальну впізнаваність продукції на ринку.

5. Удосконалено аналітичні інструменти оцінки маркетингового середовища крафтових виробників у цифровому просторі, що ґрунтуються на ключових показниках ефективності онлайн-комунікацій. Запропоновані підходи

дозволяють підприємствам оцінювати вплив цифрових маркетингових стратегій на формування лояльності споживачів та конкурентоспроможність бренду.

Основні положення дисертаційної роботи впроваджені у діяльності низки вітчизняних суб'єктів господарювання, зокрема: .

Матеріали дисертаційної роботи використовуються в навчальному процесі у науково-методичному забезпеченні навчального процесу у Сумському національному аграрному університеті.

Наукові результати щодо формування бренду аграрного підприємства та стратегічного управління його реалізацією впроваджені у підприємствах ТОВ «Ромен-Фрут» (довідка № 68 від 12.05.23 р.), ТОВ «Аграрне» (довідка № 23 від 24.08.23 р.) та ТОВ «Інбері» (акт про впровадження від 11.05.23 р.) Сумської області.

Дискусійні положення та зауваження до дисертації

За результатами аналізування положень, висновків та рекомендацій, що містяться у дисертації, були сформульовані наступні зауваження та дискусійні положення:

1. На нашу думку, дисертаційне дослідження значно виграло б від ширшого аналізу впливу крафтового виробництва на розвиток регіональної економіки, зокрема у контексті його мультиплікативного ефекту для суміжних галузей, таких як туризм, гастрономічна сфера та місцеве фермерство.

2. Дослідження могло б бути доповнене аналізом структури ринку крафтової продукції у розрізі регіонів України, що дозволило б виявити територіальні відмінності та визначити ключові фактори, які впливають на розвиток крафтового виробництва в окремих областях.

3. Вважаємо за доцільне глибше дослідити перспективи інтеграції крафтових виробників у великі роздрібні мережі та міжнародні торговельні майданчики, що могло б стати важливим напрямом для посилення їхньої ринкової присутності.

4. У роботі було б корисним ширше розкрити роль споживчих переваг у розвитку крафтового ринку, зокрема через аналіз факторів, які впливають на вибір крафтової продукції різними сегментами споживачів.

5. Вважаємо, що детальніший аналіз економічних ризиків, з якими стикаються малі виробники крафтової продукції, дозволив би комплексніше оцінити доцільність застосування різних маркетингових стратегій у сучасних кризових умовах.

б. Дослідження значно виграло б від аналізу впливу сучасних цифрових технологій, таких як блокчейн або big data, на маркетингові стратегії крафтового виробництва, оскільки ці інструменти можуть суттєво змінити підходи до управління брендом і взаємодії з кінцевими споживачами.

Висновок про відповідність роботи встановленим вимогам

Дисертація Колодяжної Вікторії Олександрівни є завершеною, оригінальною науковою працею, що присвячена вирішенню актуального наукового та практичного завдання з розроблення теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва регіону. Робота містить новітні наукові підходи до брендингу, цифрового маркетингу та використання «зеленого маркетингу» як засобу підвищення конкурентних переваг локальних виробників.

Дисертаційна робота «Маркетинговий механізм конкурентоспроможності крафтового виробництва регіону» відповідає вимогам наказу Міністерства освіти та науки України №40 від 12.01.2017 р. «Про затвердження вимог до оформлення дисертації», постанові Кабінету Міністрів України №44 від 12.01.2022 р. «Про порядок присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 341 від 21.03.2022 р.

На основі проведеного аналізу дисертаційної роботи, наукових публікацій здобувачки та її наукового доробку, вважаю, що Колодяжна Вікторія Олександрівна заслуговує на присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 – Маркетинг (галузь знань 07 – Управління та адміністрування).

Офіційний опонент:

**завідувач кафедри міжнародних
економічних відносин та маркетингу
Львівського національного
університету природокористування
к.е.н., доцент**

Андрій Линдюк