**ВІДГУК**

**офіційного опонента доктора економічних наук, професора**

**Лагодієнка Володимира Вікторовича на дисертаційну роботу Колодяжної Вікторії Олександрівни на тему "Маркетинговий механізм конкурентоспроможності крафтового виробництва регіону", поданої на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 07 - Управління та адміністрування за спеціальністю075 – Маркетинг**

**1. Актуальність теми дослідження.**

Сучасні виклики, що постають перед агропродовольчим сектором економіки України, значно загострилися внаслідок військової агресії, що спричинила руйнування логістичних ланцюгів, зменшення платоспроможного попиту та обмеження доступу малих виробників до ринків збуту. У цих умовах пошук ефективних маркетингових механізмів для підвищення конкурентоспроможності крафтового виробництва набуває особливого значення як для підтримки економіки регіонів, так і для забезпечення продовольчої безпеки країни. Крафтове виробництво є важливим елементом локальної економіки, який здатен створювати робочі місця, підвищувати рівень доходів населення та сприяти розвитку сільських територій. Водночас, воно стикається з низкою труднощів, зокрема нестачею маркетингових ресурсів, відсутністю системної підтримки та труднощами у виході на ширші ринки. В умовах війни ці проблеми ще більше загострилися, що потребує оперативного впровадження дієвих механізмів маркетингової підтримки. Забезпечення стабільного функціонування малих виробників вимагає розробки адаптивних маркетингових стратегій, що враховують кризові умови, зокрема необхідність швидкого реагування на зміни в логістиці, використання цифрових каналів збуту та зміцнення взаємодії між виробниками та споживачами. Також важливим аспектом є розвиток експортного потенціалу української крафтової продукції, що потребує ефективного брендингу та інтеграції у міжнародні торговельні мережі.

Таким чином, дисертаційна робота Колодяжної В.О. є вкрай актуальною, оскільки зосереджена на розробці дієвих маркетингових механізмів для підвищення конкурентоспроможності крафтового виробництва, що в умовах війни має стратегічне значення для економічної стійкості регіонів. Отримані результати можуть бути використані для формування ефективних маркетингових стратегій, які сприятимуть адаптації локальних виробників до сучасних викликів та забезпеченню їх сталого розвитку навіть у кризових умовах.

**2. Зв’язок роботи з науковими програми, темами, планами.** Наукові дослідження дисертаційної роботи виконувалися відповідно до тематичного плану науково-дослідних робіт Сумського національного аграрного університету, зокрема в межах таких наукових тем:

«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.).

У межах вказаних тем авторкою розроблено концептуальні підходи до формування маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва, що включає інтеграцію сучасних інструментів цифрового маркетингу, брендингу та розвитку регіональних кластерів. Запропоновані теоретичні та методичні розробки можуть бути використані у практиці державного регулювання малого бізнесу, а також у діяльності підприємств крафтового сектору для підвищення їх стійкості на внутрішньому та зовнішньому ринках.

**3. Наукова новизна одержаних результатів** полягає в розробці та обґрунтуванні нових теоретико-методичних підходів і практичних рекомендацій щодо формування маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва. Основні наукові результати дослідження включають:

*вперше:*

* 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;

*удосконалено:*

* 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;

*набуло подальшого розвитку:*

* 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.

**4. Теоретичне і практичне значення результатів дослідження.**

Результати дослідження можуть бути використані при проведенні фундаментальних та прикладних досліджень щодо маркетингових механізмів підтримки конкурентоспроможності малого бізнесу в агропродовольчому секторі. Практичне значення отриманих результатів полягає у тому, що теоретико-методичні положення, висновки та рекомендації дисертаційної роботи доведені до рівня практичних розробок і впроваджені у діяльність підприємств крафтового виробництва в Україні. Окремі положення дослідження застосовані у діяльності локальних агропродовольчих кластерів та регіональних програм розвитку малого підприємництва, що підтверджує їх практичну значущість та можливість адаптації до реальних умов господарювання.

**5. Повнота викладення у відкритому друку та апробація наукових положень дисертації.**

Достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій сформульованих у дисертації, підтверджується їх публікацією у фахових виданнях і оприлюдненням на профільних науково-практичних конференціях, де вони отримали позитивну оцінку. Основні результати дослідження опубліковано у 8 наукових працях, опублікованих автором, загальним обсягом 2,9 друк. арк., в тому числі особисто автору належить 1,26 друк. арк. З них 4 статей у наукових фахових виданнях, 4 публікацій у матеріалах і тезах конференцій. Наукові праці, що відображають основні положення дисертаційного дослідження:

Колодяжна В. Маркетинговий аналіз вітчизняного ринку крафтової аграрної продукції // Вісник Сумського національного аграрного університету. 2023. № 1 (93). С. 22–27.

Данько Ю., Колодяжна В. Маркетингові інструменти стратегічного розвитку виробництва крафтової продукції АПК // Управління змінами та інновації. 2023. № 6. С. 10–14.

Колодяжна В. О. Вдосконалення маркетингової товарної політики виробників крафтової продукції АПК // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2023. № 2 (108). С. 84–90.

Колодяжна, В. О. (2022). Теоретико-методичні основи дослідження крафтового виробництва аграрної продукції. Науковий вісник Ужгородського національного університету, (177-182).

**6.** **Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації, їх достовірність.**

Отримані наукові результати, висновки і рекомендації, викладені у дисертаційній роботі, є достатньо аргументованими та характеризуються необхідним рівнем обґрунтованості.

Дисертантка використала значний масив інформації, що включає первинні дані та ґрунтовний аналіз літературних джерел (202 найменування), що дозволило їй комплексно дослідити ринок крафтової продукції та розробити ефективні маркетингові механізми підвищення його конкурентоспроможності.

В основу дослідження покладено діалектичний метод наукового пізнання, загальнонаукові принципи проведення комплексних досліджень, фундаментальні положення сучасної економічної теорії, законодавчі, нормативні документи з регулювання ринку та концептуальні положення маркетингових стратегій розвитку крафтового виробництва.

Для вирішення завдань дослідження застосовано методи теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу, математичного моделювання, системного підходу та економічної діагностики. Використані методи забезпечують достовірність отриманих результатів та висновків, а їх застосування обґрунтоване сучасними науковими практиками.

**7. Структура та зміст дисертації, її завершеність та відповідність встановленим вимогам щодо оформлення.**

Дисертація представляє собою цілісну наукову працю. Її рукопис складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, викладена на 162 сторінках основного тексту, включає 23 таблиць, 24 рисунків. Список використаних літературних джерел містить 202 найменування на 20 сторінках. З опублікованих здобувачем у співавторстві праць у роботі використано лише ті ідеї та положення, які є результатом його особистої роботи та авторським внеском у вирішення проблем маркетингових стратегій розвитку підприємств агропродовольчої сфери. Отже, роботу доцільно аналізувати відповідно до її структурно-логічної побудови, що дозволяє виокремити як позитивні сторони, так і положення, що носять дискусійний характер.

У вступі обґрунтовано актуальність дослідження, сформульовано його мету та завдання, визначено об’єкт і предмет дослідження, окреслено наукову новизну та практичне значення одержаних результатів.

У першому розділі розглянуто теоретико-методологічні засади маркетингового забезпечення конкурентоспроможності крафтового виробництва.

Другий розділ містить аналіз сучасного стану ринку крафтової продукції, маркетингових стратегій виробників та впливу ринкових факторів на їхню діяльність.

У третьому розділі розроблено рекомендації щодо вдосконалення маркетингового механізму конкурентоспроможності крафтового виробництва, що включають інструменти цифрового маркетингу, регіонального брендингу та розвитку нішевих ринків.

Поставлені у дисертаційній роботі задачі повністю вирішені. Висновки дисертації мають конкретний характер, відображають основні наукові результати, які одержані здобувачем, а також рекомендації з їх практичного використання. Зазначені наукові положення, висновки та пропозиції дисертаційного дослідження сформульовані, апробовані і виносяться на захист уперше, що свідчить про їх наукову й практичну новизну.

**8. Відсутність (наявність) порушення академічної доброчесності**

За результатами ґрунтовного вивчення рукопису дисертаційної роботи та опублікованих наукових праць автора, а також аналізу наданого автором звіту щодо перевірки тексту рукопису електронним сервісом, порушень академічної доброчесності не було встановлено. Використанні здобувачем окремі ідеї, результати і тексти інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

**9. Дискусійні положення та зауваження до дисертації.**

1. У першому розділі авторка цитує значну кількість наукових праць, проте було б доцільно ширше використати зарубіжний досвід у дослідженні маркетингових стратегій крафтового виробництва, зокрема звернутися до європейських та американських підходів, що могло б забезпечити порівняльний аналіз та виявлення найкращих практик.
2. У розділі 2 розглянуто чинники, що впливають на конкурентоспроможність крафтових підприємств, однак варто було б розширити аналіз взаємозв’язків між рівнем цифровізації маркетингових комунікацій та ефективністю збутової стратегії малих виробників.
3. У третьому розділі значну увагу приділено розвитку брендингу, однак не було розглянуто потенційний вплив географічних зазначень як елемента стратегічного позиціонування крафтових виробників на міжнародних ринках.
4. Аналізуючи перспективи розвитку крафтового виробництва, авторка розглядає сучасні маркетингові інструменти, проте мало уваги приділено питанням фінансової підтримки малих виробників у просуванні їх продукції, що є актуальним у контексті економічної нестабільності.
5. Важливим аспектом маркетингового механізму є ефективність логістичних стратегій для малих виробників, однак у дисертаційній роботі цей компонент висвітлено лише частково, що могло б бути доповнено моделями логістичних оптимізацій для крафтових підприємств.
6. У роботі зроблено акцент на споживчих вподобаннях та стратегіях просування продукції, проте варто було б більш детально розглянути механізми впливу державної політики на розвиток крафтового виробництва, особливо в контексті європейської інтеграції та доступу до міжнародних ринків.

Слід зазначити, що наведені зауваження не знижують наукової та практичної цінності дисертаційної роботи Колодяжної В.О., яка містить інноваційні підходи щодо вирішення вищезазначеної проблеми.

**10. Загальний висновок.**

Дисертаційна робота Колодяжної В.О. на тему "Маркетинговий механізм конкурентоспроможності крафтового виробництва регіону", яка подана до захисту у спеціалізовану вчену раду на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 07 - Управління та адміністрування за спеціальністю 075 – Маркетинг, за своєю актуальністю, науково-теоретичним рівнем, основними результатами, обґрунтованістю висновків, новизною підходів і практичним значенням відповідає вимогам Постанови Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44 "Про затвердження Порядку 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.

Відповідно до 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 маркетингу, підприємництва і торгівлі, Одеського національного  технологічного університету  доктор економічних наук,  професор | **Володимир ЛАГОДІЄНКО** |