

ВІДГУК

офіційного опонента,

доктора економічних наук **Головчук Юлії Олександрівни**

на дисертаційну роботу **Токар Катерини Сергіївни**

«Використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні», подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії

за спеціальністю 051 Економіка

галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Актуальність теми дослідження. Актуальність дисертаційної роботи Токар Катерини Сергіївни «Використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні» зумовлена низкою факторів, що підтверджується сучасними тенденціями розвитку аграрного сектору України та специфікою функціонування бізнесу на ринку продукції виноградарства.

Сучасні підприємства функціонують в умовах постійно мінливого зовнішнього середовища, яке останніми десятиліттями характеризується кардинальними і фундаментальними змінами, а саме: глобалізацією і зростанням міжнародних ринків, надшвидким обміном інформацією та доступом до неї, високим рівнем комунікацій, розвитком технологій, що загалом сприяє швидкому і прогресивному розвитку соціальних і, як наслідок, економічних потреб, темп змін яких перевищує природній ріст соціальних та економічних систем. Ефективна діяльність та розвиток підприємств у жорстких умовах, спричинених кризовими явищами та динамікою трендів сучасної ринкової економіки, глобалізацією та змінами в суспільно-політичних процесах, які впливають на світові, національні та локальні ринки, можливі лише за рахунок постійної модернізації і вдосконалення власної маркетингової діяльності.

В умовах трансформації економіки України підвищується роль ефективної маркетингової діяльності, адаптація функціонування вітчизняних підприємств до змін, що відбуваються. В умовах сьогодення одним з найефективніших підходів до організації конкурентоспроможної бізнес-діяльності підприємств є впровадження сучасних маркетингових інструментів. Тому актуальність питання створення ефективних прикладних механізмів управління маркетинговими інструментами бізнесу на ринку продукції виноградарства набуває особливої значущості у сучасних умовах.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації. У результаті детального ознайомлення з дисертаційною роботою Токар К.С. слід відзначити, що зміст дисертації охоплює всі ключові аспекти обраної теми дослідження, поставлена мета досягнута, завдання вирішені, а практичні рекомендації сформульовано у висновках до окремих розділів і до роботи в цілому. Дисертаційне дослідження характеризується системним підходом до розкриття предмету дослідження. Предмет та об'єкт дослідження відповідають сучасній науковій проблематиці зі спеціальності 051 Економіка, розкривають і вирішують нагальні питання економічної науки.

Застосування сучасних методологій, методичних підходів, інформаційних ресурсів та нормативно-правової бази забезпечило надійність отриманих результатів дослідження та переконливість сформульованих висновків. Основним інструментарієм дослідження обрано системне моделювання в умовах трансформації соціально-економічних процесів. Теоретико-методологічною основою дослідження стали методологія та загальнонаукові принципи проведення комплексних економічних досліджень, фундаментальні положення сучасної економічної теорії, концептуальні засади теорії та практики маркетингу, наукові дослідження, положення і розробки провідних вітчизняних та зарубіжних фахівців у галузі маркетингу та економіки бізнесу.

Обґрунтованість отриманих результатів дослідження та їхню практичну

значущість підтверджує апробація на міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях, де вони були представлені, обговорені та отримали схвалення наукової спільноти.

У процесі підготовки дисертаційної роботи авторкою опрацьовано Закони України, Укази Президента України, законодавчі та нормативно-правові акти Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, матеріали Державного комітету статистики, Міністерства аграрної політики України, дані міжнародної статистичної звітності, документи міжнародних організацій, монографії та науково-аналітичні статті відповідного змісту, а також дані статистичного, бухгалтерського, оперативного, управлінського обліку підприємств – об'єктів дослідження, нормативно-правова база функціонування підприємств, контракти, угоди, протоколи про наміри, результати опитувань та інтерв'ювання економічних суб'єктів, у т.ч. рейтинги, публікації у засобах масової інформації, спостереження, усна інформація, яка була отримана в результаті особистих контактів, інформаційні ресурси мережі Internet.

Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертаційної роботи складає 292 сторінки машинописного тексту, з них виклад основного матеріалу – 230 сторінок. Робота містить 27 таблиць та 18 рисунків. Список використаних джерел включає 271 найменування, викладених на 28 сторінках та 26 додатків.

Дисертація Токар К.С. спрямована на розв'язання наукового завдання, пов'язаного з розробкою теоретичних, методичних положень та практичних рекомендацій щодо використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні. Кожен із розділів дисертації відзначається відповідними внесками у вирішення поставлених авторкою при виконанні дослідження завдань. Зокрема, у першому розділі викладені теоретичні та методичні аспекти досліджуваної проблематики. Базуючись на основі

опрацювання значної кількості літературних джерел з'ясовано сутність маркетингових інструментів, сутність конкурентоспроможності; проаналізовано підходи до їх класифікації (4P, 5P, 6P, 7P, 8P, 10P, 12P), а також обґрунтовано особливості їх групування та використання; маркетингову діяльність підприємства розглянуто як комплекс взаємопов'язаних елементів маркетинг-міксу; запропоновано використовувати комплекс показників у сфері товарної політики, цінової політики, політики розподілу товарів та просування для оцінювання ефективності використання інструментів маркетингу; встановлено, що використання маркетингових інструментів у сучасному управлінні аграрним підприємством є основою забезпечення економічно обґрунтованої позиції підприємства на ринку виноградної продукції, позитивного сприйняття серед споживачів і громадськості, ефективної комунікації з контактною аудиторією, формуванні унікальності пропозицій.

У другому розділі дисертаційної роботи автором представлено окрему методологічну позицію досліджень, зокрема у контексті «маркетингової концепції ідентифікації ринку», інших підходів до аналізування та структуризації ринків, обґрунтування нових типів ринків у вигляді «кластерно-кооперативної мережі господарств» з відповідним переліком нових термінів і понять, що запропоновані та обґрунтовані у дисертації. Зазначене, як вважаємо, дозволяє з більшою коректністю оцінювати, моделювати та прогнозувати стан ринків та підприємств на ринку.

У третьому розділі дисертаційної роботи визначено параметри попиту і споживання соціально значимої продукції виноградарства; здійснено маржинальне моделювання виробництва, визначено доступні і наявні активи та ресурси для розширення виробництва. Кваліфіковано зміст поширених до останнього часу державних програм з підтримки галузі як класичних «інституційних пасток» із програмованим негативним варіантом розвитку подій для всіх реципієнтів ринку. Обґрунтовано філософію лібертаріанської моделі галузевого розвитку як безальтернативного сценарію.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що дисертація Токар Катерини Сергіївни на тему: «Використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні» є завершеною роботою, де логічно і змістовно представлено результати теоретичного узагальнення і нового вирішення важливого науково-прикладного завдання - обґрунтування теоретичних положень та розроблення методичних і практичних рекомендацій щодо використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні. Обсяг і оформлення дисертації є такими, що відповідають вимогам МОН України.

У дисертаційній роботі не виявлено порушень академічної доброчесності, зокрема академічного плагіату, фабрикацій чи фальсифікацій. Усі використані статистичні дані, відомості та положення, сформульовані іншими авторами, містять відповідні посилання на джерела інформації.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Обраний напрям дослідження відповідає програмі науково-дослідних робіт Вінницького національного аграрного університету. Дисертаційна робота виконана відповідно до плану наукових досліджень і розробок Вінницького національного аграрного університету і є складовою частиною науково-дослідної тематики: «Розробка концепції управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств» (номер державної реєстрації 0122U002111, 2022-2025), у межах якої автор дослідила підвищення ефективності застосування маркетингових інструментів у сільському господарстві.

Практичне значення та впровадження результатів досліджень. Одержані автором результати дисертаційного дослідження та розробки впроваджено в практичну діяльність: Департаменту агропромислового розвитку Вінницької обласної військової адміністрації щодо впровадження маржинального моделювання регіонального самозабезпечення соціально значимої продукції виноградарства (довідка № 01.1-27/276 від 24.03.2025 р.);

ПП «Винний дім Гігієнішвілі» щодо збутової, логістичної, маркетингової діяльності, організації партнерських мереж між виноробними підприємствами і постачальниками сировини, організації на підприємствах менеджменту якості тощо (довідка № 11-3 від 30.01.2025 р.); ТОВ «Органік-Д» щодо дослідження та аналізування ринкових ситуацій та окремих ринків, що дозволяє більш обґрунтовано здійснювати управлінські дії стосовно освоєння нових сегментів збуту, виробництва більш конкурентоспроможної продукції, визначення проблемних ситуацій та причин (довідка № 3/1 від 24.01.2025 р.); ФГ «МАТІЄНКО В.М.» щодо методик ідентифікації ринку продукції виноградарства а та окремих його сегментів (довідка № 24-2 від 07.02.2025 р.).

Положення дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі Вінницького національного аграрного університету під час викладання навчальної дисципліни «Управління якістю та конкурентоспроможністю підприємств» (довідка № 01.1-60-407 від 27.03.2025 р.).

Новизна наукових положень, висновків і рекомендацій дисертації.

Основним науковим результатом дисертації є теоретичне обґрунтування та практичне застосування комплексу заходів, що дозволяють підвищити ефективність функціонування бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні на основі використання маркетингового потенціалу.

Дисертанткою Токар К.С. здійснено ідентифікацію ринку продукції виноградарства в Україні, що передбачало опис динаміки, ефективності, соціальної та виробничої стратифікації, моделей економічної поведінки суб'єктів даного бізнесу, а також маркетингових, виробничих, збутових моделей; на цьому прикладі обґрунтовано можливість існування різних ринків, секторів економіки в межах єдиного національного галузевого ринку, що є принциповим уточненням загальної теорії ринків.

Вагомим науковим здобутком авторки є удосконалення нових підходів до диференціювання попиту на окремі види продукції, де запропоновано визначати соціально значиму їхню частку; відповідно для ринку продукції виноградарства в Україні, ця частка попиту (столовий виноград, продукти

сушіння та соковмісна продукція) виявилася фактично не забезпеченою, що і визначило головну дисфункцію ринку.

Представлено та удосконалено підхід до визначення потенціалу виноградарства в Україні, де здійснено екстраполяцію впливу галузевої динаміки після 2000 р. та – на цій основі – обґрунтовано нову диференціацію зон виноградарства із визначенням регіонів «традиційного», «потенційного» виноградарства, а також «нових» галузевих регіонів.

Значним науковим досягненням Токар К.С. є удосконалення теоретичних підходів до опису матриці еволюції ринків за критерієм детермінант, моделі і потенціалу динаміки; підхід відрізняється насамперед маркетинговим аналізуванням двох паралельно існуючих і мало контактуючих між собою ринків як складових національного ринку, де один є регульованим, а інший являє собою приклад моделі наближеної до лібертаріанської.

Представлені у дисертації обґрунтування положень наукової новизни, авторські публікації, практичні впровадження підтверджують відповідність висновків і результатів дослідження. На основі зазначеного можна стверджувати про позитивну оцінку винесених на захист елементів наукової новизни дисертаційного дослідження Токар К.С.

Повнота викладення наукових положень, матеріалів, висновків і рекомендацій в опублікованих працях. Всього за темою дисертаційної роботи Токар К.С. «Використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні» опубліковано 20 наукових праць загальним обсягом 9,90 умовн. друк. арк. (власний доробок автора 8,83 умовн. друк. арк.), у тому числі 8,16 умовн. друк. арк. у наукових фахових виданнях України, включених до міжнародних наукометричних баз та 1,74 умовн. друк. арк. у інших виданнях. Основні наукові положення дисертаційної роботи та практичні результати дослідження були апробовані на 11 всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях. Отже, елементи наукової новизни та основні положення дисертації з достатньою повнотою відображені у

представлених наукових публікаціях. Вимоги МОН України щодо мінімальної кількості наукових публікацій, що відображають основні результати дисертації, дотримано.

Дискусійні положення та зауваження до дисертаційної роботи.

Позитивно оцінюючи сукупність авторських наукових розробок і пропозицій, необхідно вказати на окремі дискусійні питання, наявні у дисертації, зокрема:

1. Авторкою у п. 2.3 роботи наведено розвиток виноградарства в окремих сільських населених пунктах Вінниччини за 2000-2024 рр. (с. 148-149, табл. 2.10). Вважаємо, що наведені дані розвитку виноградарства були б набагато змістовніші, якби додатково було б представлено показники витрат при вирощуванні нових сортів і гібридних форм.

2. Дисертанткою проведене детальне маркетингове дослідження ринку продукції виноградарства в Україні. Проте, варто було б, для більш комплексного дослідження даного ринку, провести спостереження та/або опитування споживачів щодо їх уподобань та впливу на них основних факторів що формують споживчий вибір при купівлі винограду та продукції його переробки.

3. Запропонована здобувачкою диференціація території України стосовно культури виноградарства у 20-х рр. ХХІ ст. (с. 141, рис. 2.5) побудована на основі погодно-кліматичних, ґрунтових, історичних та економічних умов. З огляду на це, на нашу думку, для посилення інформаційності дослідження, варто було б навести і вплив ринкових факторів, на формування територіальної спеціалізації виноградарства.

4. Авторкою у роботі розгорнуто представлено товарну структуру виробництва винограду та основних продуктів його переробки, проте недостатньо приділено уваги іншим продуктам переробки винограду (масло з кісточок винограду, варення та повидла з винограду, різні заготовки та желе) які набувають все більшої популярності у нас час.

Більшість із наведених зауважень мають дискусійний і рекомендаційних характер, тому в цілому не впливають на позитивну оцінку результатів викона-

ного дослідження.

Загальний висновок. Дисертаційна робота Токар Катерини Сергіївни на тему: «Використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні» є цілісною, актуальною, логічно побудованою та структурованою науковою працею, що враховує теоретико-методичні й практичні підходи до удосконалення використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні. Мету дослідження досягнуто, поставлені завдання вирішено. Отримані результати та висновки достатньою мірою обґрунтовані, містять наукову новизну, мають теоретичну та практичну цінність.

Враховуючи вищезазначені фактори, вважаємо, що дисертаційна робота Токар Катерини Сергіївни на тему: «Використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на ринку продукції виноградарства в Україні» відповідає Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктор філософії, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44 та вимогам наказу МОН України від 12 січня 2017 р. № 40 «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації», а її автор Токар К.С. заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії в галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки зі спеціальності 051 Економіка.

Офіційний опонент:

доктор економічних наук,

в.о. завідувача кафедри менеджменту та маркетингу

Вінницького національного медичного

університету ім. М.І. Пирогова



A large, stylized handwritten signature in blue ink, which appears to be "Голівчук".

Юлія ГОЛОВЧУК