

## Рецензія

доктора економічних наук, професора

**Прокопенко Ольги Володимирівни**

на дисертацію Бірюкова Олексія Олексійовича

на тему «Удосконалення теоретико-методичних засад

маркетингової стратегічної діяльності підприємств України»,

подану на здобуття ступеня доктора філософії

зі спеціальності 075 Маркетинг

**Актуальність теми.** В умовах стрімкого посилення глобалізаційних процесів, конкуренції на світовому і національних ринках, швидких змін потреб споживачів і підвищення ролі клієнтоорієнтованості пропозицій зростає значення стратегічного маркетингу, як необхідного інструменту управління сучасним підприємством. Маркетингове стратегічне управління забезпечує науково обґрунтоване визначення перспектив розвитку, формування конкурентних переваг, адаптацію до трансформацій бізнес-середовища, зміцнення позицій на ринках і стійкий розвиток суб'єктів підприємництва у довгостроковій перспективі. Відтак, удосконалення інструментарію маркетингової стратегічної діяльності підприємств є актуальним завданням, яке має теоретичну і практичну значущість.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, темами, планами.** Дисертаційна робота Бірюкова О. О. є складовою частиною комплексного дослідження кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка на тему «Інноваційні стратегії управління бізнес-процесами суб'єктів підприємництва» (№ державної реєстрації №01210109191). Внеском автора є уточнена класифікація маркетингових стратегій підприємства.

**Найбільш істотні наукові результати, що містяться в дисертації.** Детальний аналіз дисертаційної роботи засвідчив, що дослідження є комплексним, структурованим і всебічним.

У дисертації автор уточнив визначення сутності понять «Маркетингова стратегічна діяльність підприємств», «Маркетингова стратегія сегментації», «Механізм впровадження маркетингової стратегічної діяльності вітчизняних підприємств», що сприяє розвитку категорійно-понятійного апарату наукових досліджень.

В роботі удосконалено класифікацію маркетингових стратегій сегментації та позиціонування шляхом розширення класифікаційних ознак і різновидів стратегій, що дозволяє визначати і враховувати у стратегічній діяльності підприємств нові креативні ідеї і рішення.

Набула подальшого розвитку систематизація чинників внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства, що надає можливість формалізувати процеси прийняття стратегічних управлінських рішень і точніше визначати маркетингові аспекти діяльності.

Удосконалено теоретико-методичний підхід до розроблення маркетингової стратегії сегментації ринку, що окреслює релевантне методичне забезпечення для кожного з етапів розроблення стратегії та дозволяє здійснювати вибір альтернативних стратегій.

Набув подальшого розвитку алгоритм вибору стратегії сегментації ринку залежно від визначених цільових сегментів/ніш та кількості комплексів маркетингу, що забезпечує формалізацію процесів визначення стратегічних можливостей підприємства, зменшення часу на прийняття рішення та ризиків помилкового обрання невідповідної стратегії.

Набула подальшого розвитку матриця оцінки ризиків розроблення і реалізації маркетингової стратегії сегментації ринку, яка надає можливість спростити процеси управління ризиками в частині їх оцінок.

Безперечним здобутком автора є вперше формалізований механізм впровадження маркетингової стратегічної діяльності підприємствами України, який включає деталізацію аналітичних, маркетингових і організаційних бізнес-процесів і забезпечує комплексне впровадження стратегічної маркетингової діяльності і управління нею.

**Оцінка змісту та завершеності дисертації.** Зміст дисертації є логічно структурованим і послідовним. У вступі чітко сформульовані науковий апарат, мета і завдання, предмет і об'єкт, які узгоджені зі структурою роботи. Представлені в роботі висновки є вмотивованими й обґрунтованими, розкривають сутність проведеного дослідження і чітко відповідають завданням, окресленим у вступі, що свідчить про успішне досягнення поставленої мети. Таким чином, дисертація є завершеною науковою працею, а її результати можуть бути використані для подальшого розвитку теоретичних і практичних аспектів маркетингового стратегічного управління підприємством.

**Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертації.** У цілому позитивно оцінюючи здобутки дисертанта, вважаємо за доцільне висловити в дискусійному плані деякі зауваження:

1. З алгоритму вибору стратегії сегментації ринку залежно від визначених цільових сегментів/ніш та кількості комплексів маркетингу (рис. 3.2, стор.148) не зрозуміло: яку зі стратегій обирати, якщо у блоці їх зазначено три (?).

2. На рис. 2.14 (стор. 134) схематично представлено теоретико-методичний підхід до розроблення маркетингової стратегії сегментації ринку, де конкретизовано методи аналізу для кожного з етапів, але сутність кожного з методів у роботі не зазначена, що потребує додаткових пояснень під час захисту.

**Висновок про відповідність кваліфікаційної наукової праці чинним вимогам.** Дисертація Бірюкова О. О. є актуальним, самостійним, завершеним науковим дослідженням, яке має наукову новизну, теоретичне і практичне значення. Основні положення дисертації пройшли достатню апробацію. Зміст роботи повністю відповідає спеціальності 075 Маркетинг.

Викладене вище дозволяє зробити висновок про те, що дисертація Бірюкова Олексія Олексійовича на тему «Удосконалення теоретико-методичних засад маркетингової стратегічної діяльності підприємств України» відповідає чинним 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 від 12 січня 2022 р. № 44 зі змінами, а її автор Бірюков Олексій Олексійович заслуговує на присудження ступеня доктора філософії зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

**Рецензент:**

доктор економічних наук, професор  
кафедри бізнес-економіки та адміністрування  
Сумського державного педагогічного  
університету імені А. С. Макаренка



Ольга ПРОКОПЕНКО

Підпис Прокопенко О.  
Засвідчую  
провідник архіву  
Соло С.Соловйчик  
" 10 " 05 20 26 р.