

РЕЦЕНЗІЯ

**доктора економічних наук, професора
Божкової Вікторії Вікторівни
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 наукового дослідження. На сучасному етапі розвитку світової економіки, який характеризується нестабільністю економічного середовища, посиленням глобальної конкуренції, стрімким розвитком цифрових технологій тощо, перед підприємствами постають численні виклики, які потребують нових підходів до стратегічного маркетингового управління. З іншого боку слід відзначити, що значна частина існуючих теорій і класичних маркетингових концепцій розроблена і діє в умовах стабільних економік і є не достатньо адаптованими до українських реалій. Тому виникає потреба адаптувати теоретичні й методичні засади до специфіки сучасного періоду соціально-економічного розвитку та реалій українського ринку. Таким чином, дослідження, присвячене удосконаленню теоретико-методичних засад маркетингової стратегічної діяльності підприємств України, є актуальним, має значну теоретичну і практичну цінність у контексті сучасних соціально-економічних умов підприємництва.

Зв'язок роботи з науковими програмами, темами, планами. Дисертаційну роботу Бірюкова О. О. виконано відповідно до плану наукових досліджень кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка. При виконанні теми «Інноваційні стратегії управління бізнес-процесами суб'єктів підприємництва» (державна реєстрація № 0121U109191) автором уточнено класифікацію маркетингових стратегій підприємства.

Найбільш істотні наукові результати, що містяться в дисертації. Результати аналізу дисертаційної роботи дозволяють стверджувати, що вона є системним, цілісним і комплексним дослідженням. В роботі представлено низку авторських пропозицій, які містять елементи наукової новизни, а саме:

1) вперше запропонований формалізований механізм впровадження маркетингової стратегічної діяльності підприємств України, який включає деталізацію аналітичних, маркетингових і організаційних бізнес-процесів;

2) розширена класифікація маркетингових стратегій сегментації та позиціонування шляхом виокремлення нової ознаки: «Залежно від виду креативних рішень» та відповідних різновидів стратегій (стратегії креативних характеристик продукції і стратегії креативних характеристик сервісу);

3) удосконалений теоретико-методичний підхід до розроблення маркетингової стратегії сегментації ринку, який включає методичне забезпечення, необхідне для виконання кожного з етапів розроблення маркетингової стратегії сегментації і дозволяє здійснювати вибір альтернативних стратегій;

4) розвинута систематизація чинників внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства;

5) розширений алгоритм вибору стратегії сегментації ринку залежно від кількості визначених цільових сегментів/ніш та кількості комплексів маркетингу;

6) поглиблена матриця оцінки ризиків розроблення і реалізації маркетингової стратегії сегментації ринку;

7) уточнене розуміння сутності поняття маркетингової стратегічної діяльності;

8) уточнене розуміння сутності поняття маркетингової стратегії сегментації підприємства;

9) уточнене розуміння сутності поняття механізму впровадження маркетингової стратегічної діяльності підприємства.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації, опублікованих працях. Наукові положення, висновки і рекомендації, представлені у дисертаційній роботі, є обґрунтованими і доведеними. Теоретичною основою дослідження послуговували положення теорій стратегічного маркетингу, стратегічного

менеджменту, концепції еволюційного розвитку економічних систем. Методологічною основою роботи є сукупність загальнонаукових й спеціальних методів наукового пізнання.

Результати дисертаційного дослідження оприлюднювались на науково-практичних конференціях, зокрема на: VII Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка, інноватика та сучасні бізнес-технології: актуальні проблеми та розвиток» (м. Суми, 2024 р.), XXVI Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика сучасної економіки» (м. Черкаси, 2025 р.), I Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічні імперативи сучасного менеджменту в контексті реалізації глобальних цілей сталого економічного розвитку» (м. Київ, 2025 р.).

Значення для науки і практики отриманих результатів. Представлені у дисертаційній роботі Бірюкова О. О. положення дозволяють розв'язувати актуальне наукове завдання розроблення й наукового обґрунтування удосконалення теоретико-методичних засад маркетингової стратегічної діяльності підприємств України в сучасних умовах господарювання.

Результати дисертаційної роботи використані у практичній діяльності ТОВ «Торговий дім «Р-ТРЕЙД» (Довідка від 21.01.2026 р.), ТОВ «Старвей Агро» (Довідка від 19.11.2025 р.), а також у навчальному процесі Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка Міністерства освіти і науки України при викладанні навчальних дисциплін «Маркетинг (поглиблений курс)» для здобувачів вищої освіти за освітнім рівнем Бакалавр спеціальності D5 Маркетинг та «Стратегічний маркетинг» для здобувачів вищої освіти за освітнім рівнем Магістр спеціальності D5 Маркетинг (Акт №797/1 від 31.03.2026 р.).

Оцінка змісту та завершеності дисертації. Зміст роботи є логічними, послідовним і завершеним, наукові положення і висновки – обґрунтованими і достовірними. У вступі до роботи чітко визначені мета, завдання, предмет, об'єкт, конкретизовано методологічний апарат дослідження, які узгоджені зі структурою та висновками роботи. Висновки є вмотивованими, ґрунтуються

на результатах, викладених послідовно в трьох розділах дисертаційної роботи. Означене засвідчує, що мета дослідження досягнута, дисертація Бірюкова О. О. є завершеною науковою працею.

Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертації. Позитивно оцінюючи дисертаційну роботу Бірюкова О. О. в цілому, доцільно висловити окремі зауваження і побажання:

1. У другому розділі роботи представлено авторське дослідження цифрової оптимізації адаптаційного управління маркетинговою стратегічною діяльністю підприємств (п. 2.3), результати якого логічно було б включити у запропонований механізм впровадження маркетингової стратегічної діяльності підприємств України (п. 3.2).

2. У тексті п. 3.1 автором описана шкала оцінювання впливу ризиків, яку краще було б графічно представити для наочності презентації авторської думки.

Зазначені зауваження не знижують загальної позитивної оцінки дисертації.

Повнота викладення матеріалу дисертації в наукових публікаціях. Основні результати дослідження опубліковані в 9 наукових працях, серед яких 6 статей у наукових фахових виданнях і 3 публікації у матеріалах наукових конференцій. Аналіз наукових робіт здобувача свідчить, що представлені роботи відображають основні положення і висновки дослідження.

Висновок про відповідність кваліфікаційної наукової праці чинним вимогам. Дисертація Бірюкова О. О. є актуальним, самостійним, завершеним науковим дослідженням, яке має теоретичне і практичне значення. Результати дисертаційного дослідження засвідчили успішність вирішення поставлених завдань, основні положення дисертації мають наукову новизну і пройшли достатню апробацію. Зміст роботи повністю відповідає спеціальності 075 Маркетинг.

Викладене вище дозволяє зробити висновок про те, що дисертація Бірюкова О. О. на тему «Удосконалення теоретико-методичних засад

маркетингової стратегічної діяльності підприємств України» є самостійним завершеним дослідженням, що відповідає 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
завідувачка кафедри бізнес-економіки
та адміністрування

Сумського державного педагогічного
університету імені А. С. Макаренка



Вікторія БОЖКОВА

Підпис <u>Божкової Н.</u>
засвілюю
<u>провідник архіву</u>
<u>Солов'яненко С.С.</u>
" 19 " 05 2026 р.