

У спеціалізовану вчену раду ДФ 44.052.002  
Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

**ВІДГУК ОФІЦІЙНОГО ОПОНЕНТА**  
**доктора економічних наук, доцента**  
**Бурляй Аліни Павлівни на дисертаційну роботу**  
**Новицької Ірини Василівни на тему:**  
**«Управління просуванням органічної продукції на внутрішній та зовнішній**  
**ринки»,**  
**подану на здобуття наукового ступеня доктор філософії в галузі знань 07**  
**«Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 Менеджмент**

**Актуальність теми дисертаційної роботи та її зв'язок з напрямками**  
**виконання науково-дослідних робіт**

Масштаби виробництва та продажів органічної продукції в Україні щороку збільшуються, що відповідає світовим тенденціям споживання такої продукції. А міжнародна торгівля є одним із основних рушіїв розвитку даної галузі. Україна вважається одним із найважливіших постачальників органічної агросировини та продукції її переробки в країни ЄС, а географія експорту органічної продукції досить різноманітна. Такі країни, як Нідерланди, Швейцарія, Німеччина, Франція, Великобританія, Італія, Австрія, Польща та багато інших купують українську органічну продукцію.

На сьогоднішній день в Україні діють кілька законів щодо регулювання відносин у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції, що виробляється, перебуває в обігу, ввозиться на митну територію України або вивозиться з неї в митному режимі експорту. Проте, це не забезпечує належного рівня взаємодії між виробником та споживачем на вітчизняному ринку. Адже більшість вітчизняних споживачів не готові постійно купувати органічну продукцію і тому перед виробниками постає необхідність вирішення проблеми ефективного управління просуванням органічної продукції.

Органічне виробництво та збут такої продукції – це не лише перспективний напрям для покращення позицій підприємства на ринку, а й можливості для

системного сталого розвитку та задоволення потреб населення у якісній та корисній продукції. Маючи нерівні цінові умови порівняно з продукцією традиційного виробництва, свідомий споживач вибере органічний продукт, знаючи її переваги та ціннісні характеристики. І навіть за абсолютно нерівних умов, але роблячи ставку на споживача, який купує продукт з більш високою доданою вартістю, органічний продукт матиме перевагу. Особливо такого успіху можна досягти, якщо дати чітке визначення, що таке «органіка», обґрунтувати її переваги у порівнянні з традиційною продукцією та пояснити, де можна придбати органічну продукцію вітчизняного виробника.

Саме це обумовлює актуальність та своєчасність дисертаційного дослідження Новицької Ірини Василівни щодо управління просуванням органічної продукції на внутрішній та зовнішній ринки.

Дисертацію виконано відповідно до напрямів науково-дослідної роботи кафедри міжнародних економічних відносин та туризму Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» на тему: «Механізми реалізації стратегії соціально-економічного розвитку України в умовах міжнародної інтеграції» (державний реєстраційний номер 0117U003242), де автором особисто запропоновано методичний підхід до оцінювання управління просуванням органічної продукції, розроблено концептуальний підхід до формування стратегії просування органічної продукції, обґрунтовано доцільність використання інструментів просування органічної продукції на внутрішній та зовнішній ринки відповідно до каналів збуту.

### **Ступінь достовірності й обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій**

Дисертаційна робота Новицької І.В. підготовлена на високому науковому рівні, логічно побудована, структурована відповідно до мети та завдань дослідження. Основні положення, висновки і рекомендації роботи мають належний ступінь наукової обґрунтованості та достовірності, що обумовлено узагальненням та аналізом достатньої кількості наукових праць провідних зарубіжних і

вітчизняних учених щодо питань управління просуванням органічної продукції, розвитку органічного ринку, засад державного регулювання агропромислового сектору економіки, у тому числі пов'язаного з органічним виробництвом. У процесі підготовки дисертаційної роботи авторкою опрацьовано нормативну документацію за темою дослідження, матеріали Державної служби статистики України, інших відомств, вітчизняних громадських організацій і зарубіжних установ, матеріали з Інтернет ресурсів, сайтів міжнародних виставок «Biofach», «Eco-expo», «FOOD EXPO» та дані власних досліджень з визначеної проблематики.

Дисертанткою комплексно та грамотно використані методи спостереження, порівняння, аналізу та синтезу, індукції, дедукції та моделювання, що є умовою забезпечення обґрунтованості та достовірності результатів наукового пошуку. Робота містить графічний і табличний матеріал, що полегшує наочне сприйняття отриманих результатів.

У першому розділі дисертації «Теоретичні засади управління просуванням органічної продукції» автором узагальнено та систематизовано існуючі наукові трактування понять «управління», «просування» та «органічна продукція», обґрунтовано авторське бачення сутності та змісту поняття «управління просуванням органічної продукції», що передбачає використання функціонального та процесного підходів, які в комплексі створюють постійну взаємодію управлінських функцій в системі заходів щодо просування органічної продукції від виробника до потенційного споживача та базується на принципах соціально-екологічної відповідальності та використання цифрових технологій.

Автором узагальнено та систематизовано основні методи управління просуванням органічної продукції, що, на відміну від інших, базуються на інтеграції методів управління, маркетингової діяльності та цифровізації, та виділено окремі інструменти за моделлю 7P та digital-технології для формування інформаційно-комунікаційного контакту зі споживачем продукції.

Дисертантом проаналізовано зарубіжний досвід в сфері управління просуванням органічної продукції, виявлено, що в розвинутих країнах, зокрема в країнах Європи органічна продукція користується великим попитом серед

споживачів, для її успішного просування створена належна ринкова інфраструктура, а з боку держави сформована необхідна нормативно-правова база регулювання ринку органічної продукції та підтримки її виробників.

Другий розділ дисертаційної роботи «Аналіз та оцінювання управління просуванням органічної продукції» присвячений дослідженню особливостей управління просуванням органічної продукції на підприємстві. Особисто автором запропоновано методичний підхід до оцінювання управління просуванням органічної продукції на підприємствах з виробництва, переробки та продажу органічної продукції. Проаналізовано внутрішнє та зовнішнє середовище діяльності таких підприємств з врахуванням критеріїв: масштаби підприємства; сертифіковані асортиментні групи продукції підприємства; рівень прямої та непрямой конкуренції на ринку; ступінь наявного цифрового забезпечення просування органічної продукції на підприємстві. Автором проведено власне маркетингове дослідження щодо споживчого попиту на органічну продукцію, яке дозволило сформулювати портрет потенційного споживача.

Третій розділ дисертаційної роботи «Напрями вдосконалення управління просуванням органічної продукції» присвячений обґрунтуванню основних шляхів розвитку управління просуванням органічної продукції на внутрішній та зовнішній ринки. В першу чергу, автором було проведено стратегічний аналіз ринкових можливостей та потенціалу підприємств з виробництва, переробки та збуту органічної продукції при виході на внутрішній та зарубіжні ринки в умовах динамічних змін зовнішнього середовища. Визначено найбільш сприятливі напрями розвитку ринку органічної продукції, на основі яких запропоновано концептуальний підхід до формування стратегії просування органічної продукції. Автором розроблено модель трирівневої інтегрованої системи управління просуванням органічної продукції, в яку закладено тісну взаємодію між державними, регіональними органами влади, громадськими організаціями та підприємствами з переробки, виробництва та продажу органічної продукції. Безпосередньо для самих підприємств розроблено систему моніторингу ефективності управління просуванням органічної продукції, яка базується на

використанні сучасних інструментів цифровізації, що в свою чергу дозволяють швидкий збір інформації щодо наявних споживачів органічної продукції, які зробили замовлення або залишили свій відзив (як позитивний, так і негативний) про продукцію чи виробника на сайті підприємства, сторінці в соціальних мережах, що в свою чергу дозволяє миттєво зреагувати та запит та вирішити проблему.

Аналіз змісту анотації дисертаційної роботи засвідчує її відповідність основним положенням, які викладені у тексті дисертації. Анотацію подано українською та англійською мовами. Автором дотримані всі вимоги МОН України щодо кількості публікацій, зміст опублікованих результатів відповідає тим, що містяться в дисертації й анотації, а основні положення дисертаційного дослідження пройшли всі передбачені види апробації.

### **Наукова новизна положень, висновків та пропозицій дисертаційної роботи**

У дисертації розкрито теоретико-методичні засади та розроблено практичні рекомендації щодо управління просуванням органічної продукції на внутрішній та зовнішній ринки.

Ознайомлення з дисертацією та науковими публікаціями автора дає змогу констатувати, що здобувачеві вдалося вирішити поставлені завдання, які відповідають основним положенням наукової новизни, та запропонувати оригінальні підходи щодо їх розв'язання.

Представлені наукові положення, висновки та пропозиції, викладені в дисертації, є науково обґрунтованими з теоретико-методичної точки зору та достовірними, базуються на сучасних і класичних концепціях менеджменту, дослідженнях вітчизняних та іноземних науковців.

Ознайомлення з основними науковими надбаннями дисертанта дало змогу встановити найбільш суттєві у науковому та практичному значенні результати дисертаційної роботи.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні теоретико-методичного базису щодо управління просуванням органічної продукції на внутрішній та зовнішній ринки. Зокрема:

-удосконалено науково-теоретичний підхід до управління просуванням органічної продукції, що полягає в осучасненні та конкретизації термінологічного апарату, зокрема понять «управління», «просування» та «органічна продукція», що в комплексі дозволило обґрунтувати економічний зміст дефініції «управління просуванням органічної продукції», яке базується на поетапному використанні функціонального та процесного підходів для забезпечення безперервної взаємодії управлінських функцій (прогнозування, планування, організація, мотивація, стимулювання, контроль) при реалізації системи заходів з просування органічної продукції від виробника до споживача, зокрема через інформування, нагадування, переконання та моніторинг за допомогою впровадження цифрових технологій, що в свою чергу зумовлює підвищення соціально-екологічної відповідальності як виробника, так і споживача;

-дістав подальшого розвитку науково-методичний підхід до управління просуванням органічної продукції, що, на відміну від інших, ґрунтується на інтеграції методів управління, маркетингової діяльності та цифровізації і передбачає взаємодію системи інструментів маркетингової моделі 7P, адаптованої до процесу просування органічної продукції, та сучасних інструментів цифровізації (створення цифрового контенту, Landing, таргетована реклама, SMM та SEO, мобільні технології, штучний інтелект, тощо), які функціонують як он-лайн, так і оф-лайн; такий підхід сприяє підвищенню ефективності організації руху органічної продукції від виробника до потенційного споживача за рахунок прискорення та цільового спрямування просування та реалізації продукції, що підвищує рівень задоволеності потреб населення в якісній органічній продукції;

-обґрунтовано методичний підхід до оцінювання управління просуванням органічної продукції з врахуванням цифрового простору підприємства, що базується на аналізі та оцінюванні стану внутрішнього середовища підприємства (виробничого, ресурсного та конкурентного потенціалу, структури управління з

маркетингу та збуту тощо), факторів зовнішнього середовища (на мікро-, макро- та глобальному рівнях) та стратегічному аналізі. Рекомендований методичний підхід дозволяє здійснити комплексну оцінку рівня управління просуванням органічної продукції на підприємстві та виділити найбільш доцільні стратегічні альтернативи для просування органічної продукції на різні ринки, що передбачають використання сучасних методів та інструментів для налагодження взаємозв'язку між виробником та споживачем в умовах динамічних змін зовнішнього середовища;

- запропоновано концептуальний підхід до формування стратегії просування органічної продукції, в основу якого закладено реалізацію окремих Глобальних цілей (Ціль 12 «Відповідальне споживання та виробництво» та Ціль 15 «Збереження екосистеми»); практична реалізація цього підходу спрямована на створення позитивного іміджу виробника органічної продукції та/або торгової марки серед споживачів, вибір оптимальної стратегії для внутрішнього та конкретного зарубіжного ринку, враховуючи його особливості і перспективність, підтримку постійного інформаційно-комунікаційного зв'язку з цільовою аудиторією через цифрові технології;

- сформовано модель трирівневої інтегрованої системи управління просуванням органічної продукції, що передбачає тісну взаємодію і взаємозв'язок між підприємствами, громадськими організаціями, регіональними та державними органами влади для прийняття якісних програмних документів та здійснення ефективної управлінської діяльності на мікро-, мезо- та макрорівнях з метою сприяння розвитку вітчизняного органічного виробництва та удосконалення процесу збуту органічної продукції, зокрема на експорт;

- розроблено систему моніторингу результативності управління просуванням органічної продукції на підприємстві, яка ґрунтується на застосуванні сучасних методів та інструментів цифровізації, що дозволяє підприємству сформувати комплекс дій, спрямованих на швидкий збір та обробку інформації за відповідними цифровими платформами (соціальні мережі, офіційний сайт підприємства та внутрішня база даних замовлень); за результатами такого моніторингу формуються

оперативні плани щодо удосконалення і коригування управлінських дій з просування органічної продукції.

Усе вищезазначене дозволяє констатувати достатню обґрунтованість та достовірність основних положень, висновків і рекомендацій дисертаційної роботи.

Наукові результати, висновки і пропозиції, що виносяться на захист, отримані автором особисто.

### **Повнота викладення наукових положень, висновків та рекомендацій в опублікованих працях**

Основні наукові положення й результати досліджень за темою дисертації опубліковано у 18-ти наукових працях, серед яких: 1 монографія, 7 статей у наукових фахових виданнях (з них 1 стаття у періодичному науковому виданні держави, яка входить до ОЕСР, закордонному виданні, що входить до НМБД Scopus), 10 тез доповідей в збірниках матеріалів конференцій.

Аналіз змісту дисертаційного дослідження та опублікованих праць вказує на дотримання здобувачем вимог академічної доброчинності.

### **Значущість результатів дисертаційного дослідження для науки і практики, рекомендації щодо їх використання**

Одержані дисертантом результати мають практичний характер. Зокрема теоретико-методичні і практичні розробки автора можуть бути використані у діяльності органів влади різних рівнів при формуванні стратегій розвитку АПК. Результати дисертаційного дослідження, висновки та рекомендації, що містяться в роботі, схвалені і використовуються в практичній діяльності ТОВ «Лист-Ручки», Агропромхолдинг АСТАРТА-КИЇВ (довідка про впровадження результатів від 09.02.2021 року); СТОВ «САДИ ГАДЯЧЧИНИ» (довідка про впровадження результатів від 21.11.2020 року); ТОВ «Фірма ДІАМАНТ ЛТД» (довідка про впровадження результатів від 14.12.2020 року); ОСГ «Світовоч» (довідка про впровадження результатів від 06.08.2021 року); ПП «Дорада» (довідка про впровадження результатів від 17.05.2020 року).



Окрім того, окремі дисертаційні положення використовуються в навчальному процесі Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» при вивченні дисциплін «Міжнародний менеджмент», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Міжнародний маркетинг».

Особисто здобувачем отримано авторські свідоцтва на наукові статті, що опубліковані у фахових наукових видання України: свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 107809 (від 03.09.2021 р.), наукова стаття «Основні методики та особливості системи просування органічної продукції»; свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 107860 (08.09.2021 р.), наукова стаття «Управління просуванням органічної продукції через канали розподілу».

### **Структура і зміст дисертаційної роботи. Відповідність дисертації встановленим вимогам**

У цілому представлена дисертаційна робота Новицької І.В. має логічну структуру, її зміст повністю розкриває тему наукового дослідження. Здобувач дотримується використання сучасної української мови та стилю. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних літературних джерел. Висновки до розділів дисертаційної роботи та загальні висновки є логічними та підтверджені результатами апробації на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, публікацією у фахових виданнях України та у міжнародних монографіях і журналах.

### **Дискусійні положення та зауваження до дисертації**

За результатами аналізу положень наукової новизни, одержаних наукових та практичних результатів дослідження, висновків та рекомендацій, що містяться у дисертації, були сформульовані наступні зауваження та дискусійні положення:

1. У п.1.1. автор зазначає, що органічна продукція – це екологічно чиста продукція, виробник якої забезпечив дотримання відповідних стандартів якості та має підтверджуючий сертифікат, що дозволяє на упаковці готової продукції

використовувати відповідний логотип чи маркування. Було б доцільно конкретизувати розбіжності між термінами «органік», «біо-», «еко-» продукція.

2. Потребують конкретизації та визначення специфічності дії основні цифрові інструменти, що пропонуються авторкою для управління просуванням органічної продукції в п.1.2.

3. Автором не достатньо розкрито питання цінової надбавки (премії) органічної продукції в порівнянні з традиційною продукцією. Доцільно було б деталізувати цю інформацію за рахунок наведення окремих коефіцієнтів для її визначення (п. 2.1).

4. На наш погляд, у дисертаційній роботі доцільно було б сформулювати пропозиції щодо можливостей розширення напрямів і програм співпраці України та ЄС не лише з підтримки розвитку виробництва органічної продукції, а й щодо спільної інформаційно-комунікаційної діяльності, яка повинна бути спрямована на підвищення рівня обізнаності вітчизняних споживачів з питаннями корисності органічної продукції.

5. Відповідно до моделі трирівневої інтегрованої системи управління просуванням органічної продукції (п.3.2.) наведено перелік практичних заходів, що заплановано виконувати на різних організаційних рівнях (держава, регіон, підприємство). Доцільно їх доповнити пропозиціями щодо надання державної підтримки органічного виробництва з метою полегшення проходження конверсійного періоду.

Наявність вказаних недоліків відображає власну наукову позицію опонента та не заперечує авторського бачення шляхів вирішення поставлених в дослідженні проблемних питань.

## **ЗАГАЛЬНИЙ ВИСНОВОК**

Дисертаційна робота Новицької Ірини Василівни «Управління просуванням органічної продукції на внутрішній та зовнішній ринки» є завершеним дослідженням, виконаним на актуальну тему, яке містить теоретико-методичні та практичні розробки із розв'язання важливого наукового завдання щодо управління просуванням органічної продукції.

Дисертація Новицької І.В., враховуючи її актуальність, зміст, важливість одержаних автором наукових результатів, їх обґрунтованість і достовірність, розроблений методичний інструментарій, практичну цінність сформульованих положень та висновків, а також представлену новизну та практичне значення одержаних результатів, відповідає вимогам пп. 9, 10, 11 «Тимчасового порядку присудження ступеня доктора філософії», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 6 березня 2019 р. № 167 (зі змінами).

Дисертація Новицької Ірини Василівни на тему «Управління просуванням органічної продукції на внутрішній та зовнішній ринки» є завершеним дослідженням, відповідає профілю спеціалізованої вченої ради, а її автор Новицька І. В., заслуговує присудження ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 Менеджмент.

**Офіційний опонент:**  
доктор економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки  
Уманського національного  
університету садівництва

*Аліна Бурляй*

**Аліна БУРЛЯЙ**

