

**ВІДГУК**  
**офіційного опонента**  
**доктора економічних наук, доцента,**  
**професора кафедри економіки підприємства ДВНЗ „Ужгородський**  
**національний університет” Міністерства освіти і науки України**  
**Газуди Лесі Михайлівни**  
**на дисертаційну роботу Кравців Ірини Костянтинівни**  
**«Маркетинг сільських територій прикордонного регіону в умовах нових**  
**викликів європейської інтеграції», подану на здобуття наукового ступеня**  
**кандидата економічних наук за спеціальністю**  
**08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка**

***Актуальність теми роботи***  
***та її зв'язок з напрямками наукових досліджень***

Сучасні проблеми економічного розвитку сільських територій України визначаються стрімкими трансформаційними процесами, які відбуваються в глобальній економіці в цілому та в межах ЄС, зокрема. У цьому сенсі сьогодні управління сільськими територіями прикордонних регіонів України, передусім тих, які межують з країнами-членами ЄС, вимагає пошуку сучасних інструментів пов'язаних з підвищенням їх конкурентоспроможності. Протягом тривалого періоду часу сільські території України стикаються з низкою проблем, які особливо гостро відчуються у прикордонних регіонах держави. Це стосується відтоку кваліфікованих кадрів за кордон, вичерпування ресурсного потенціалу села, погіршення стану його інфраструктури, занепаду окремих сегментів сільської економіки, у тому числі сільського господарства, яке нині відіграє визначальну роль в економічному розвитку сільських територій.

Відмічене вище зумовлює необхідність пошуку ефективних управлінських інструментів, орієнтованих на економічне відродження сільських територій України, передусім у прикордонних регіонах держави, які першими відчувають вплив глобальної конкуренції.

З огляду на зазначене, актуальність дисертаційної роботи І. Кравців є доволі вагомою, а підняті у ній проблеми дозволяють дати відповідь на гострі запитання, які випливають з нинішніх тенденцій європейської інтеграції, в тому числі, у контексті реалізації євроінтеграційної стратегії України. Сформульовані у дисертації мета та завдання дослідження, а також предмет і об'єкт дають підстави для висновку про те, що робота орієнтована на розв'язання актуальних наукових проблем сучасності та вирішення важливого прикладного завдання, пов'язаного з впровадження маркетингу сільських територій в управління їх економічним розвитком задля підвищення ефективності використання наявного соціально-економічного потенціалу українського села.

Актуальність теми дисертаційного дослідження підтверджується також її пов'язаністю з тематикою науково-дослідних робіт, які виконувалися в ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України» і у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, зокрема: «Загрози та виклики розвитку сільських

територій Західного регіону України в умовах реалізації Угоди про Асоціацію з ЄС» (номер державної реєстрації 0116U004036) та «Маркетингова діяльність у сфері виробництва та переробки сільськогосподарської продукції» (номер державної реєстрації 0116U004286).

***Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації***

Наукові положення, висновки і рекомендації, сформульовані у дисертаційній роботі, є достатньо обґрунтованими та достовірними, ґрунтуються на засадах регіональної економіки, теоріях неокласицизму та інституціоналізму, враховують сучасні методологічні підходи до розвитку сільських територій та підвищення ефективності управління ними в умовах сучасних викликів європейської інтеграції. Здобувачем раціонально використано наукові методи та прийоми економіко-математичних досліджень, зокрема проведено кластерний аналіз та застосовано метод ієрархій для виявлення основних інституційних бар'єрів, які обмежують ефективність використання маркетингу сільських територій у прикордонних з ЄС регіонах України на прикладі Львівської області.

Як свідчить зміст дисертаційної роботи, автором опрацьовано значну кількість наукових видань закордонних і вітчизняних учених, а також значні масиви науково-аналітичних матеріалів, сформованих міжнародними організаціями, інститутами громадянського суспільства, Державною службою статистики України та її регіональними підрозділами, профільними асоціаціями, регіональними органами державної влади та місцевого самоврядування. Таким чином, можна стверджувати, що наукові положення, результати і висновки, представлені у дисертації, належним чином обґрунтовані і мають вагомий теоретико-прикладну цінність.

***Наукова новизна результатів, одержаних особисто здобувачем та винесених на захист***

Робота містить наукову новизну в частині удосконалення теоретико-методичних засад управління сільськими територіями, формування механізмів підвищення ефективності управління ними на основі використання маркетингових засобів та інструментів, а також розроблення практичних рекомендацій щодо застосування маркетингу сільських територій у прикордонних з ЄС регіонах України в умовах нових викликів європейської інтеграції. До нових наукових результатів, одержаних автором особисто, слід віднести:

- здійснення класифікації сільських територій за критеріями просторового розташування, ресурсного забезпечення та рівня соціально-економічного розвитку, що дозволило автору виділити шість основних типів сільських територій з погляду ефективності розвитку маркетингу в їх межах:

сателітних, прикордонних, периферійних, транзитних, агровиробничих і неаграрних (с. 22-26);

- систематизацію нових викликів європейської інтеграції відповідно до сили їх впливу на розвиток маркетингу сільських територій прикордонного регіону, що дало змогу виокремити посилення конкуренції за людські та природні ресурси в якості найбільш вагомого позитивного чинника, який стимулює диверсифікацію маркетингових інструментів та активізацію трансферу маркетингових технологій з більш розвинутих країн-членів ЄС у прикордонні регіони сусідніх з ними держав, включаючи Україну (с. 58-64);
- проведення кластерного аналізу сільських територій прикордонного регіону та виділення на цій основі чотирьох основних кластерів: високої інвестиційної привабливості; сателітно-транзитного; аграрного та умовно-периферійного, а також визначення пріоритетних напрямів впровадження маркетингових засобів управління кожним із них (с. 100-108);
- обґрунтування механізмів подолання інституційних дисфункцій, які обмежують потенціал впровадження маркетингу сільських територій у практику управління ними, через розвиток сільського підприємництва, поліпшення інвестиційного клімату на сільських територіях, формування якісних стратегій їх розвитку, взаємоузгоджених з регіональними і транскордонними стратегіями, імплементації інституту міжсекторного партнерства (с. 159-167);
- удосконалення науково-аналітичного інструментарію дослідження інституційного середовища європейської інтеграції та його впливу на розвиток маркетингу сільських територій прикордонного регіону, зокрема ідентифікацію рівня впливу неформальних інститутів на ефективність маркетингу сільських територій (с. 124-132);
- окреслення пріоритетів розвитку маркетингу сільських територіальних громад прикордонного регіону, які належать до різних типів (с. 189-195).

Таким чином, дисертаційна робота є самостійною, завершеною науковою працею, яка містить достатній рівень наукової новизни, як теоретичного, так і прикладного характеру.

### ***Науково-практична значущість результатів дослідження***

Дисертаційна робота містить цінні з науково-практичного погляду положення. Її результати сприяють удосконаленню теоретико-методичних основ управління сільськими територіями, а також впровадженню дієвих інструментів просування їх економічних інтересів у середовищі потенційних інвесторів та користувачів товарів і послуг, які продукуються сільською економікою прикордонних з ЄС регіонів України.

У теоретичному аспекті представлена до захисту робота має наукову цінність передусім у частині здійснення типології сільських територій за рівнем

їх відкритості до впровадження маркетингових інструментів управління (с. 20-26), підходів до визначення основних завдань маркетингу сільських територій прикордонного регіону (с. 37-39), науково-методичних положень щодо оцінки основних бар'єрів, які знижують потенціал маркетингу в контексті стимулювання розвитку сільських територій (с. 42-46). Науково-практичний інтерес становлять запропоновані автором наукові засади впровадження маркетингових засобів управління у практику діяльності органів місцевого самоврядування сільських територійальних громад прикордонного регіону в умовах сучасних викликів європейської інтеграції (с. 54-62), обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку маркетингових механізмів, спрямованих на розвиток сільських територій у прикордонних регіонах на сучасному етапі європейської інтеграції України (с. 66-67).

Позитивної оцінки заслуговують проведені здобувачем соціологічні та економетричні дослідження щодо впливу основних компонентів інституційного середовища європейської інтеграції на розвиток маркетингу сільських територій прикордонного регіону (с. 78-91). Слід також відзначити опрацювання у роботі значного масиву первинних даних у процесі здійснення кластерного аналізу, який дозволив сформулювати матрицю ключових зон еволюції системи маркетингу сільських територій Львівської області в розрізі основних кластерів (с. 99-113).

Основні результати проведеного здобувачем дослідження мають також вагомий прикладний цінність завдяки чітко сформульованим і належним чином обґрунтованим пропозиціям для практики управління сільськими територіями прикордонного регіону. Передусім це стосується окреслення кола пріоритетних напрямів використання маркетингових важелів управління з метою розвитку сільських територій у прикордонних з ЄС регіонах України (с. 141-146), визначення найбільш дієвих засобів подолання інституційної пастки самореалізованих песимістичних очікувань, які набули свого значного поширення в середовищі сільських мешканців Західної України (с. 148-154), обґрунтування необхідності впровадження міжсекторного партнерства у практику маркетингового управління сільськими територіями прикордонного регіону у відповідь на нові виклики європейської інтеграції (с. 166-173)

Практична цінність результатів проведеного дослідження підтверджується їх використанням у діяльності Старосамбірської районної ради Львівської області при визначенні пріоритетних напрямів просування економічних інтересів об'єднаних територіальних громад району у середовищі потенційних інвесторів і розробці програмних документів з децентралізації влади на території району (довідка № 179/04-27 від 13 березня 2017 р.); Львівської торгово-промислової палати при підготовці її представників до участі у ділових форумах та інвестиційних ярмарках в Україні та сусідніх країнах-членах ЄС (довідка № 19-08-5/1614 від 22 грудня 2016 р.); Львівської аграрної палати при проведенні інформаційно-просвітницьких заходів з мешканцями сільських територій Львівщини (довідка № 01/01-17 від 3 січня 2017 р.); Агенції місцевого економічного розвитку Яворівщини при здійсненні інформаційної та просвітницької роботи з представниками місцевих територіальних громад Яворівського

району Львівської області (довідка № 65 від 2 грудня 2017 р.); Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького при вкладанні навчальних дисциплін: «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингові дослідження» та «Маркетингова політика розподілу» (довідка № 209-23 від 6 березня 2017 р.).

### ***Повнота викладу наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації***

Основні результати дисертаційного дослідження опубліковані у 19 наукових працях, з яких 10 одноосібних. З опублікованих наукових праць автора 7 представлено у наукових фахових виданнях України, з них 2 – у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз; 2 – у наукових періодичних виданнях інших держав; 3 – публікації в інших виданнях і 7 тез доповідей на науково-практичних конференціях. Загальний обсяг опублікованих за темою дисертації наукових праць – 8,43 д.а., з яких особисто автору належить 6,31 д.а. Опублікування результатів дисертації відповідає вимогам, передбаченим наказом МОН України від 17.10.2012 р. № 1112 (зі змінами).

### ***Дискусійні положення і зауваження щодо змісту дисертаційної роботи***

Дисертаційна робота містить окремі недоліки та положення дискусійного характеру, зокрема:

1. Тема дисертації передбачає дослідження проблем маркетингу сільських територій прикордонного регіону, проте у самому змісті роботи проведено аналіз на прикладі лише одного прикордонного регіону, а саме Львівської області (с. 85-91; 10-108), що обмежує можливість використання отриманих результатів аналізу для інших прикордонних регіонів, навіть у межах західного регіону України, не кажучи про прикордонні регіони Центральної і Південної, або ж Східної України;
2. В роботі активно використовуються експертні методи дослідження, на підставі яких формулюються висновки про наявність інституційних бар'єрів та їх вагомість щодо впровадження маркетингу у практику управлінської діяльності сільських територіальних громад прикордонного регіону (с. 77-80). Водночас, експерти, які залучалися до опитування, представляють лише одну з більш ніж двох десятків регіонів України. Це певним чином звужує результати, отримані внаслідок експертних опитувань. На нашу думку, доцільно було б використати думки експертів з інших прикордонних регіонів України, принаймні тих, що межують з країнами-членами ЄС. У цьому разі результати, отримані автором набули б значно вищої релевантності.

3. У процесі проведенні кластерного аналізу автором використано 10 показників, які відображають характер та перспективи впровадження маркетингу у практику управління сільськими територіальними громадами прикордонного регіону (с. 99-101). Водночас, на нашу думку, вибір саме цих десяти показників, хоча вони і є доволі значимими з погляду проведеного дослідження, недостатньо обґрунтовано у змісті роботи, що викликає низку запитань, пов'язаних із тим, чому саме ці показники стали базовими при проведенні кластерного аналізу.
4. Автором окреслено і обґрунтовано пропозиції щодо формування пріоритетних напрямів у сфері маркетингу і спеціалізації для трьох сільських територіальних громад базового рівня, розташованих у передгірній зоні Львівської області (с. 185-193). Проте доцільно було сформулювати пропозиції щодо окреслення таких пріоритетів для окремих субрегіонів або кластерів, досліджених у другому розділі дисертаційної роботи (с. 107-109), а також для окремих регіонів України, що мало б більш вагоме значення з погляду задекларованої теми дослідження.
5. Дискусійними видаються пропозиції автора, спрямовані на вдосконалення інституційного середовища та інституційного забезпечення маркетингу сільських територій у прикордонних з ЄС регіонах держави. Передусім це стосується пропозицій з використанням громадських організацій та рекрутингових мереж задля виконання завдань, пов'язаних з окремими маркетинговими функціями (с. 158-162). На нашу думку, більш ефективним було б запропонувати сучасні механізми імплементації маркетингового підходу в діяльність органів місцевого самоврядування сільських територіальних громад, які є найбільш зацікавленими в їх розвитку та просуванні економічних інтересів кожної з таких сільських територій. Натомість, інститути громадянського суспільства та інші організації, які пропонуються автором для розвитку маркетингу сільських територій прикордонного регіону, як правило є доволі автономними і слабо інтегрованими в систему управління сільськими територіями.
6. У першому розділі дисертації автором наведено систему суб'єктів та об'єктів маркетингу сільських територій, а також окреслено першочергові завдання, які покладаються на них в умовах нових викликів європейської інтеграції (с. 19-20). Проте у другому та третьому розділах роботи коло об'єктів аналізу дещо звужене. Відтак, частина розглянутих у теоретичному розділі роботи проблем, певним чином випали в подальших авторських розвідках.

Проте вказані недоліки в цілому не зменшують вагомості внеску, проведеного І. Кравців дослідження, у розвиток теорії та практики регіональної економіки, а їх врахування в подальших дослідженнях автора може слугувати підставою для розширення проблематики, яка досліджується у контексті обраної теми.

### Загальний висновок

Дисертаційна робота Кравців Ірини Костянтинівни на тему «Маркетинг сільських територій прикордонного регіону в умовах нових викликів європейської інтеграції» виконана на належному науковому рівні, містить достатню наукову новизну і поглиблює існуючі здобутки економічної науки. Дисертація є завершеною, самостійно підготовленою кваліфікаційною науковою працею, в якій отримані нові науково-обґрунтовані та практично цінні результати, що сприяють розв'язанню важливих наукових завдань, пов'язаних з дослідженням впливу маркетингу сільських територій на економічний розвиток прикордонних регіонів на сучасному етапі європейської інтеграції України.

За змістом, оформленням, новизною дослідження і практичним значенням дисертаційна робота відповідає вимогам пунктів 9, 11, 12, 13, 14 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. № 567 (зі змінами). Основні результати дослідження достатньо повно відображені у публікаціях автора. Зміст автореферату відповідає основним положенням дисертаційної роботи.

Актуальність обраної теми дисертації, ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій та рівень наукової новизни повністю відповідають вимогам до дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата наук, а її автор – Кравців Ірина Костянтинівна – заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.

#### Офіційний опонент:

доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри економіки підприємства  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Газуда Л.М.

