**РЕЦЕНЗІЯ**

**доктора економічних наук, професора,**
**завідувача кафедри економічної кібернетики та інформатики**
**Західноукраїнського національного університету**
**Буяк Лесі Михайлівни**
**на дисертаційну роботу Корсунової Катерини Юріївни**
**на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін», подану на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»**

**Актуальність теми дисертації та її зв'язок з науковими програмами, планами, темами.** У сучасному глобалізованому світі міжнародний маркетинг став важливим інструментом для забезпечення конкурентоспроможності та зростання підприємств на світовому ринку. Глобалізація, характеризуючись інтенсивною інтеграцією ринків, прискореними технологічними змінами та зростанням взаємозалежності між країнами, створює нові можливості та виклики для компаній, що прагнуть розширити свою присутність на міжнародних ринках. В умовах цих змін стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу набувають особливої актуальності, адже для успішного виходу на нові ринки та підтримки конкурентних переваг необхідно швидко адаптуватися до нових умов, використовувати інноваційні підходи та враховувати культурні та соціальні особливості.

Ключовими аспектами стратегічних імперативів є здатність ефективно використовувати новітні технології, оптимізувати процеси просування та дистрибуції, а також адаптувати пропозицію компанії під специфічні потреби кожного регіону. Окрім цього, важливим є збереження балансу між глобальними тенденціями та локальними вимогами, що дозволяє не лише виходити на нові ринки, а й підтримувати високий рівень лояльності та задоволення споживачів у різних країнах.

Отже, стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін вимагають від підприємств розробки адаптивних та інноваційних стратегій, здатних забезпечити стабільний розвиток і

довгостроковий успіх на глобальному рівні. Представлене зумовило актуальність та практичне значення дисертаційної роботи Корсунової Катерини Юріївни на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами та темами. Представлена дисертаційна робота виконана згідно планів науково-дослідних робіт університету: «Формування системи міжнародного маркетингу для підприємства» (державний реєстраційний номер 0122U001089), в якій досліджено особливості структурних трендів міжнародного маркетингу; «Імплементація інструментарію міжнародного маркетингу на підприємствах в умовах інклюзивної економіки» (державний реєстраційний номер 0123U101739), в якій досліджено особливості інструментарію міжнародного маркетингу та визначено комплекс дій щодо дослідження ринку при запуску рекламних кампаній, специфіку використання цифрового інструментарію на основі штучного інтелекту, що дало змогу виокремити ефективні методи та етичні аспекти для реалізації програми міжнародного маркетингу для підприємницьких структур; «Підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах інклюзивної економіки» (державний реєстраційний номер 0123U102080), в якій досліджено роль міжнародного маркетингу в формуванні глобальної стратегії бізнесу.

**Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій.** Структура дисертації є логічною, кожен із її розділів супроводжуються відповідними висновками. Розв'язання поставлених завдань базується на результатах аналізу широкого кола джерел, які репрезентують західну й вітчизняну наукову думку та оприлюднені в наукових публікаціях здобувачки. Оцінюючи дисертаційне дослідження Корсунової Катерини Юріївни, насамперед слід відзначити досить вдалий вибір методичного інструментарію, що дозволив забезпечити цілісність, міжгалузевий характер і логічний виклад матеріалу.

**Оцінка наукової новизни дисертаційної роботи.** Наукова новизна одержаних результатів полягає у вирішенні важливої наукової проблеми – розроблення науково-методичних і прикладних основ цифрової трансформації економіки та бізнесу, що включає проектування і реалізацію моделей та

технологій з метою підвищення рівня цифрового розвитку.

До найбільш вагомих наукових результатів потрібно віднести такі результати:

отримано подальший розвиток: концептуальної основи розвитку міжнародного маркетингу на високотехнологічному ринку в частині трансформації основних принципів міжнародного маркетингу з урахування цифровізації, етапів та цифрових інструментів маркетингового регулювання, які можуть бути застосовані в діяльності підприємницьких структур високотехнологічної сфери;

методичний підхід до оцінювання стратегічних імперативів розвитку міжнародного маркетингу, що базується на врахуванні актуальних тенденцій глобалізації та цифровізації, а також їх впливу на конкурентоспроможність підприємницьких структур;

науково-теоретичний підхід щодо гнучкості маркетингових стратегій, який враховує баланс між стандартними та адаптованими підходами, використання новітнього цифрового інструментарію маркетингу, а також можливість трансформації підприємницької структури в умовах нових викликів та можливостей, що в подальшому дає змогу для прийняття обґрунтованих та оптимізованих маркетингово-управлінських рішень;

теоретико-наукові засади розвитку міжнародного маркетингу, які враховують вплив новітніх технологій та світових тенденцій розвитку високотехнологічної сфери, таких як цифрова трансформація, розвиток штучного інтелекту, трансформацію поведінки споживачів та їх ролі в прийнятті маркетингових рішень.

удосконалено: категоріальний базис дослідження в частині уточнення понять «міжнародний маркетинг», «стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу» з точки зору врахування сучасної цифровізації, глобалізації та інтеграції;

послідовність етапів адаптації підприємств до глобальних змін з врахуванням умов економічної інтеграції, зміни споживчих вподобань, трансформації споживчих переваг, культурних та політичних факторів, що мають вплив на зовнішньоекономічну діяльність;

модель стратегічного управління комплексом міжнародного маркетингу, яка на відміну від існуючих, враховує циклічні та структурні зміни на глобальних ринках, комплекс побудови конкурентних переваг на основі диференціації продуктів, інтеграції новітніх технологій і адаптації маркетингових стратегій до локальних умов, а також технологію штучного інтелекту для оптимізації стратегічних маркетингових рішень, що підвищує точність прогнозування результатів маркетингових кампаній і сприяє зростанню конкурентоспроможності компаній на світовому ринку.

**Наукова обґрунтованість одержаних результатів дослідження.** Основні теоретичні положення, висновки та пропозиції мають достатню наукову обґрунтованість, що підтверджується логікою побудови та методологією дослідження, аргументацією наведених доказів, мотивованим використанням теоретичної, практичної та законодавчої бази, глибоким аналізом широкої інформаційної бази за темою дисертаційної роботи.

Відповідно до поставленої мети в дисертації було вирішено комплекс завдань, що дозволило узагальнити теоретичні положення та на основі проведених досліджень розробити науково-методичні та практичні рекомендації щодо стратегічних імперативів розвитку міжнародного маркетингу в умовах сучасних трансформацій.

Практична значущість отриманих результатів дослідження полягає в розробці методичних рекомендацій щодо комплексу дієвого цифрового інструментарію міжнародного маркетингу, оцінювання особливостей стратегічних імперативів розвитку міжнародного маркетингу в умовах цифровізації та глобальних змін, врахування сучасних трансформацій та новітніх цифрових інструментів для формування дієвих програм міжнародного маркетингу для підприємницьких структур.

Основні результати дисертаційного дослідження опубліковано у 25 наукових працях загальним обсягом 9,9 д.а (особисто автору належить 8,725 д.а.), зокрема 2 статті включених до переліку наукових фахових видань України за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», 5 статей у наукових періодичних виданнях України, 2 статті у наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Scopus; 16 праць апробаційного характеру, що представлено у

збірниках матеріалів доповідей на конференціях.

Результати дослідження знайшли практичне застосування у діяльності Міністерства юстиції України Директорат цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації в контексті розробки програм підтримки українських компаній на шляху до цифровізації бізнес-процесів (довідка №158196/К-33538/35.2 від 15.11.2024 року); Харківської обласної ради в контексті використання окремих пропозицій при розробці стратегії розвитку Харківського регіону (довідка №01-44/2479 від 24.09.2024 року); Виконавчого комітету Харківської міської ради Харківської області (довідка без номеру); Комунальним закладом «Зміївський міський Будинок культури» Зміївської міської ради Чугуївського району Харківської області (довідка 147 від 30.12.2022 року).

У цілому, робота є систематизованою, а етапи дослідження – взаємопов'язаними. Мета дисертаційної роботи була досягнута, що підтверджується обґрунтованими висновками та рекомендаціями.

**Відсутність академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації у дисертаційній роботі.** За результатами ознайомлення з положеннями дисертаційної роботи, проведеними розрахунками та вихідними даними для них, висновками за результатами використання пропонованих алгоритмів, висновками за результатами аналізу офіційних статистичних даних є підстави стверджувати про відсутність ознак фальсифікації та фабрикації у наукових положеннях, висновках та рекомендаціях дисертації. Довідка Західноукраїнського національного університету про результати перевірки на академічний плагіат рукопису дисертації сформована 19.03.2025 року, в якій зазначено, що за результатами перевірки дисертаційної роботи на плагіат (програмний засіб перевірки Turnitin Similarity) встановлено високу унікальність тексту, а правомірність запозичень визнано обґрунтованим (загальноприйняті терміни та цитування інших авторів з посиланням на них).

**Дискусійні положення та зауваження до роботи.** Позитивно оцінюючи дисертаційну роботу, її наукову новизну, теоретичну та практичну цінність загалом, поряд із зазначеними вище вагомими результатами слід наголосити, що в роботі мають місце окремі положення, які є дискусійними та потребують обговорення.

1. В підрозділі 1.1. авторка вдало аналізує глобалізацій ні зміни та наводить

вплив глобалізації на трансформацію світової системи. При цьому можливо зауважити, що робота значно виграла б, якщо автор докладно описала вплив глобалізацій них змін на окремі елементи системи міжнародного маркетингу.

2. Підрозділ 1.3. описує особливості внутрішнього та міжнародного маркетингу. Авторка вдала аналізує представлені особливості та робить висновки про необхідність тих чи інших інструментів та підходів в різних маркетингових системах. Також акцентовано увагу на тому, що міжнародний маркетинг вимагає більш стратегічного та нюансованого підходу, щоб врахувати різноманітність поведінки споживачів, регуляторного середовища, культурних контекстів та логістичних викликів у різних країнах. Зауважимо, що також доцільним би було порівняти використання цифрового маркетингового інструментарію в залежності від сфери діяльності та рівневості.

3. На рис. 1.8 представлено послідовність адаптації підприємств до глобальних змін, що дає можливість прослідкувати адаптацію підприємств до глобальних змін та вимагає комплексного підходу, включаючи оцінку зовнішніх факторів, впровадження нових технологій, відповідальне ставлення до навколишнього середовища та постійну гнучкість у відповіді на зміни в потребах споживачів і вимогах ринку. На нашу думку, можливо було б додатково навести приклади вдалої адаптації підприємницьких структур.

4. В 2 розділі аналізуючи розвиток штучного інтелекту та його вплив на розвиток міжнародного маркетингу та трансформацію стратегій маркетингу доцільним також було б згрупувати позитивний плив та негативний вплив штучного інтелекту на розвиток міжнародного маркетингу, що б дало змогу конкретизувати окремі особливості впливу штучного інтелекту на розвиток міжнародного маркетингу.

5. На рис. 3.18 автор представляє схематичне відображення концептуальних основ розвитку міжнародного маркетингу на високотехнологічному ринку. На наш погляд доцільним би було підкріпити порівнянням з іншими сферами діяльності.

Разом з тим, зазначені зауваження та дискусійні моменти не зменшують наукової та практичної цінності результатів дисертаційної роботи Корсунової Катерини Юріївни, а також не впливають на загальну позитивну її оцінку.

**Загальний висновок**

Тема дисертації є актуальною, її структура є добре продуманою, а матеріал викладений логічно та послідовно. Отримані в роботі наукові результати в сукупності розв'язують важливу наукову проблему. Зміст дисертаційної роботи відповідає темі дослідження та спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини».

Дисертаційна робота «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін» повністю відповідає вимогам наказу Міністерства освіти і науки України № 40 від 12.01.2017 року «Про затвердження вимог до оформлення дисертації», постанові Кабінету Міністрів України №44 від 12.01.2022 року «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», а її автор Корсунова Катерина Юріївна заслуговує на присудження їй ступеня доктора філософії за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини (Галузь знань 29 Міжнародні відносини).

**Рецензент:**
**завідувач кафедри економічної кібернетики та інформатики**
**Західноукраїнського**
**національного університету**
**доктор економічних наук, професор** **Леся БУЯК**

Підпис Леся Буяк
Завіряю:
НАЧАЛЬНИК ЗАГАЛЬНОГО ВІДДІЛУ Ляля Семик