

РЕЦЕНЗІЯ

**кандидата економічних наук,
старшого викладача кафедри підприємництва і торгівлі
Західноукраїнського національного університету
Кириленка Сергія Вікторовича
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 світі глобалізація стає однією з основних рушійних сил, що змінює ландшафт міжнародної торгівлі та бізнесу. В умовах цих змін стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу набувають виняткового значення. Глобалізація не лише відкриває нові можливості для виходу на міжнародні ринки, але й створює додаткові виклики у вигляді посиленої конкуренції, різноманіття культурних, економічних та технологічних умов. У цьому контексті підприємства повинні переосмислити свої маркетингові стратегії та адаптувати їх до нових реалій.

Стратегічні імперативи міжнародного маркетингу в умовах глобалізації передбачають інтеграцію інноваційних підходів, здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, а також використання технологій для забезпечення ефективної взаємодії з глобальними та локальними споживачами. Водночас, вони включають важливість адаптації товарів і послуг до специфічних вимог різних регіонів і культур, а також акцент на сталість і соціальну відповідальність, що стають важливими чинниками для сучасного споживача.

Таким чином, успіх міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін залежить від здатності компаній адаптувати свої стратегії до змінюваного глобального середовища, активно використовувати новітні технології та

дотримуватись принципів сталого розвитку. Незважаючи на ці виклики, успішна цифрова трансформація може призвести до значних конкурентних переваг, включаючи збільшення продуктивності, розширення ринків та створення нових бізнес-моделей. Це і зумовило актуальність та практичне значення дисертаційної роботи Корсунової Катерини Юріївни на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін».

Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій. Структура дисертації є логічною, кожен із її розділів супроводжується 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. У дисертаційній роботі Корсунової Катерини Юріївни представлено поглиблене дослідження, яке ставить перед собою завдання аналізу, обґрунтування та подальшого розвитку теоретичних і методичних концепцій, наукових підходів та практичних рекомендацій з метою оптимізації сучасного інструментарію міжнародного маркетингу та подальшого дослідження розвитку його стратегічних імперативів. Особлива увага приділяється використанню передових моделей і технологій, які відіграють ключову роль у забезпеченні інноваційного розвитку та підвищенні ефективності економічних процесів на основі використання цифрового інструментарію міжнародного маркетингу. Серед найбільш значущих здобутків авторки слід зазначити наступні.

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. Врахування таких особливостей сприяє підвищенню лояльності споживачів високотехнологічної продукції, а також підсиленню обґрунтованості прийняття маркетингових та управлінських рішень;

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. Представлений підхід дозволяє не лише визначити найкращі стратегії для виходу на міжнародні ринки, але й мінімізувати ризики та оптимізувати ресурси для досягнення довгострокового успіху;

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. Виявлено, що найбільшу значущість мають структурні тенденції, які трансформують міжнародні маркетингові стратегії, а саме: масштабна цифровізація, децентралізація ринкових структур, зростання ролі машинного навчання у прийнятті рішень та персоналізації продуктів і послуг.

удосконалено: категоріальний базис дослідження в частині уточнення понять «міжнародний маркетинг», «стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу» з точки зору врахування сучасної цифровізації, глобалізації та інтеграції. Акцентовано увагу на тому, що завдяки розвитку цифрових технологій, підприємства мають змогу виходити на нові ринки, адаптувати свої стратегії до різних культурних і соціальних особливостей, а

також знижувати витрати на міжнародні операції. Цифровізація створює численні можливості для глобальних компаній, ставить нові виклики, пов'язані з регулюванням, захистом даних та конкуренцією на міжнародних ринках;

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. Представлене дає змогу врахувати вплив сучасних трендів, таких як цифрова трансформація, екологічна відповідальність, соціальні стандарти, які трансформують вимоги до маркетингових стратегій міжнародних компаній;

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. Доведено, що використання автоматизованих систем та алгоритмів у процесі розробки маркетингових стратегій дозволяє значно оптимізувати процеси та приймати високоточні рішення.

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 розвитку цифрових трансформацій. Чіткість постановки мети та завдань дисертації зумовили цілеспрямовану дослідницьку діяльність

та достовірність отриманих результатів.

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. Авторка дуже вдало наводить обґрунтування моделі стратегічного управління комплексом міжнародного маркетингу, що 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. На нашу думку, можливо було б ще додати порівняння імплементації даної моделі не тільки для високотехнологічного ринку, а і для інших сфер діяльності.

2. На рис. 1.6 представлено моделювання теоретичного підґрунтя аналізу стратегічних імперативів міжнародного маркетингу, що дало змогу виокремити їх особливості. Але при цьому, зауважимо, що можливо було б розширити огляд цифрового впливу на кожен імператив.

3. В підрозділі 1.3 авторка розглядає брендинговий інструментарій міжнародного маркетингу. Зауважимо, що автор міг би додатково обґрунтувати різні підходи до імплементації кожного з інструментів.

4. Також у порівняння з загальним цифровим впливом автору доцільно було б представити особливості цифрової залученості, що б значно посилило б окремі елементи роботи.

5. У підрозділі 3.1 вдало висвітлено динаміку розвитку високотехнологічного сектору України з акцентом на ІТ, фінтех та ігрову індустрію. Разом з тим, варто було б доповнити аналіз кластеризацією регіонального розвитку технологічного ринку, порівнюючи, наприклад, спеціалізацію Києва, Львова та Харкова. Це дозволило б чіткіше візуалізувати внутрішню диференціацію високотехнологічного сектору за функціональними напрямами та потенціалом.

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

Загальний висновок дисертації свідчить про те, що представлене дослідження є завершеним та самостійним внеском у економічну науку. Наукова новизна роботи виявляється у впровадженні новаторських методичних підходів, що дозволяють розширити розуміння процесу моделювання цифрових трансформацій в економіці. Тема дисертації є актуальною, її структура є добре продуманою, а матеріал викладений логічно та послідовно. 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:

старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі

Західноукраїнського

національного університету

кандидат економічних наук

Сергій КИРИЛЕНКО

Підпис *Сергій Кириленко*

Завіряю: *Алла Семик*

НАЧАЛЬНИК
ЗАГАЛЬНОГО ВІДДІЛУ

