

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Проректор з наукової роботи  
Західноукраїнського  
національного університету  
Микола ДИВАК

2025 р.

## **ВИСНОВОК**

**про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації  
Корсунової Катерини Юріївни на тему «Стратегічні імперативи розвитку  
міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін», поданої на здобуття  
ступеня доктора філософії в галузі знань 29 «Міжнародні відносини» за  
спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини»**

## **ВИТЯГ**

із протоколу засідання фахового семінару кафедри підприємництва і торгівлі  
Західноукраїнського національного університету  
від 21 березня 2025 р., протокол № 1

**ПРИСУТНІ:** завідувач кафедри підприємництва і торгівлі, д. е. н., професор  
**Собко О. М.**; професор кафедри міжнародних економічних відносин, д. е. н,  
професор **Сохацька О. М.**; професор кафедри міжнародної економіки, д. е. н.,  
професор **Куриляк В. Є.**; професор кафедри фінансів ім. С.І. Юрія, д. е. н, професор  
**Кириленко О. П.**; директор Навчально-наукового інституту інноватики,  
природокористування та інфраструктури, д. е. н, професор **Брич В. Я.**; завідувач  
кафедри економічної кібернетик та інформатики, д. е. н, професор **Буяк Л. М.**;  
старший викладач кафедри транспорту і логістики, д. е. н. **Борисяк О. В.**; доцент  
кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу, к. е. н, доцент  
**Коцур А. С.**; професор кафедри підприємництва і торгівлі, д. е. н, професор  
**Птащенко О. В.**; доцент кафедри підприємництва і торгівлі, к. е. н, доцент  
**Білан О.С.**; доцент кафедри підприємництва і торгівлі, к. е. н, доцент **Карпик Я.**  
**М.**; доцент кафедри підприємництва і торгівлі, к. е. н, доцент **Волошин Р. В.**;

старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі, к. е. н. **Кириленко С.В.**;  
доцент кафедри підприємництва і торгівлі, к. е. н, доцент **Смерека С. Б.**

### **ПОРЯДОК ДЕННИЙ:**

Обговорення дисертаційного дослідження дисертанта Корсунової Катерини Юріївни на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін», подану на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 29 «Міжнародні відносини» за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини» щодо її рекомендації для захисту.

### **СЛУХАЛИ:**

1. Доповідь дисертанта Корсунової Катерини Юріївни про результати дисертаційного дослідження на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін», поданого на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 29 «Міжнародні відносини» за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини».

Корсунова Катерина Юріївна зробила доповідь про основні положення дисертаційної роботи, наукову новизну та найбільш вагомі теоретичні і практичні результати дослідження, які виносяться на захист.

2. Учасниками засідання фахового семінару кафедри до здобувача Корсунової Катерини Юріївни були поставлені такі запитання:

**д. е. н., професор Сохацька О.М.:**

Які чинники здійснюють вплив на розвиток міжнародного маркетингу сьогодні?

Охарактеризуйте, основні стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу?

Які пропозиції щодо покращення системи міжнародного маркетингу Ви можете запропонувати?

**д. е. н., професор Куриляк В.Є.:**

Чи робили Ви порівняльний аналіз стратегічних імперативів розвитку міжнародного маркетингу в традиційній економіці та цифровій?

Як розвиток високотехнологічної сфери впливає на зміну стратегічних імперативів міжнародного маркетингу?

**д. е. н., професор Кириленко О.П.:**

Які особливості має цифровий вплив на розвиток міжнародного маркетингу?

Як на Вашу думку впливає індекс інноваційності на розвиток сучасних інструментів міжнародного маркетингу?

**д. е. н., старший викладач Борисяк О.В.:**

Як корелює система якості на підприємстві з залученням цифрового маркетингового інструментарію?

За рахунок яких інструментів маркетингу можливо покращити інноваційний потенціал підприємства?

**к. е. н., доцент Коцур А.С.:**

На підприємствах, які Ви досліджували як зростає рівень цифрової залученості. Обґрунтуйте чим, на Вашу думку, така тенденція зумовлена?

Чи здійснювали Ви в своїй роботі порівняльний аналіз діяльності вітчизняних підприємств високотехнологічної сфери з аналогічними підприємствами в країнах ЄС?

**д. е. н., професор Буяк Л. М.:**

Які саме діджитал-комунікації будуть дієвими для високотехнологічних підприємств?

Чи має зв'язок соціальна відповідальність бізнесу з його системою міжнародного маркетингу?



**к. е. н., доцент Карник Я.М.:**

Як цифрова інклюзія може впливати на розвиток стратегічних імперативів міжнародного маркетингу?

**к. е. н., старший викладач Кириленко С.В.:**

Чи розглядали Ви екологічну складову впливу цифровізації у своїй роботі?

Яку роль Ви відводите в використанню брендингового інструментарію в системі міжнародного маркетингу?

**к. е. н., доцент Смерека С. Б.:**

Як умови воєнного стану впливають на Ваші дослідження?

Що є об'єктом Вашого дослідження?

Як цифровий маркетинговий інструментарій впливає на інноваційну орієнтацію підприємницьких структур?

**к. е. н., доцент Волошин Р. В.:**

Яку має вагу в формуванні сучасної системи міжнародного маркетингу цифрова складова?

Охарактеризуйте цифровий потенціал з точки зору його технологічної складової?

**д. е. н., професор Собко О.М.:**

В роботі представлено індекс інноваційності, за якими параметрами були здійснені розрахунки, на чому акцентувалась увага? За основу брались показники країн чи компаній?

Як на Вашу думку, в межах перехідного періоду від глобалізації до глокалізації, за яким ми курсом будемо рухатись?

На усі поставлені запитання здобувачем було надано вичерпну відповідь.



### **3. ВИСНОВОК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА:**

д.е.н., професор, професор кафедри підприємництва і торгівлі Птащенко Олена Валеріївна (науковий керівник) зазначила, що аспірант Корсунова Катерина Юріївна повністю виконала освітньо-наукову програму за третім освітнім рівнем доктора філософії PhD зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини», про що свідчить довідка про виконання освітньо-наукової програми з аспірантури. Дисертація Корсуновою Катериною Юріївною була подана на кафедру 10.03.2025 року.

У висновку наукового керівника було зазначено, що дисертаційна робота є самостійно виконаним, завершеним науковим дослідженням, що відповідає задекларованій темі та поставленій меті, характеризується єдністю змісту, має встановлену вимогами структуру: анотацію, вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, містить наукові положення, що мають наукову новизну та важливе значення для вирішення суб'єктами господарювання важливих завдань щодо стратегічного розвитку, адаптації до умов цифрової економіки, а також рекомендацій щодо формування дієвого інструментарію міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін з урахуванням особливостей його стратегічних імперативів

Актуальність, новизна, обґрунтованість основних наукових положень, висновків і рекомендацій проведеного дослідження та його значимість для економічної науки і практики свідчить, що дисертаційна робота 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 КМУ від 12.01.2022 р. № 44 (зі змінами від 21.03.2022р. № 341), а відтак, може розглядатися на фаховому семінарі кафедри щодо її подальшого захисту в разовій спеціалізованій вченій раді для здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 29 «Міжнародні відносини» за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини».

#### **4. ВИСТУПИЛИ:**

**Доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики та інформатики Західноукраїнського національного університету Буяк Л.М. (рецензент),** яка наголосила, що робота Корсунової Катерини Юріївни є актуальною, виконана на високому науковому рівні. Отримані результати дослідження та винесені на захист положення містять елементи наукової новизни та характеризуються прикладним значенням. Стосовно недоліків та дискусійних положень рецензент зазначив:

1. В підрозділі 1.1. авторка вдало аналізує глобалізаційні зміни та наводить вплив глобалізації на трансформацію світової системи. При цьому можливо зауважити, що робота значно виграла б, якщо автор докладно описала вплив глобалізаційних змін на окремі елементи системи міжнародного маркетингу.

2. Підрозділ 1.3. описує особливості внутрішнього та міжнародного маркетингу. Авторка вдало 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 вплив 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.

Висловлені зауваження, дискусійні питання та побажання суттєво не знижують наукової цінності дослідження і можуть слугувати предметом наукової дискусії під час захисту дисертаційної роботи. Дисертаційна робота Корсунової К. Ю. є завершеним цілісним самостійним науковим дослідженням, оформлена відповідно до існуючих вимог, містить науково обґрунтовані положення у яких викладено і обґрунтовано авторський підхід щодо ґрунтового, комплексного вивчення та узагальнення теоретичних, методичних і прикладних аспектів розроблення дієвого інструментарію міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін з урахуванням особливостей його стратегічних імперативів. Положення, висновки та рекомендації, сформульовані в дисертації, достатньо аргументовані та мають високий рівень достовірності. Якісні характеристики роботи вказують на її відповідність спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини», вимогам Міністерства освіти і науки України і Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти до дисертацій на здобуття ступеня доктора філософії PhD. Враховуючи вищезазначене, вважаємо, що це дає підстави рекомендувати її до розгляду на вченій раді Західноукраїнського національного університету та до формування разової спеціалізованої вченої ради.

**кандидат економічних наук, старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі Західноукраїнського національного університету Кириленко С. В. (рецензент)** у своєму виступі відзначив актуальність теми дослідження, наукове значення отриманих дисертантом результатів, які викладені в опублікованих працях у наукових виданнях, і відображають основні положення та зміст дисертації. Поряд з цим рецензент навів певні дискусійні положення та зауваження, що полягають в наступному:



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

Дисертаційна робота є цілісною і змістовною, містить обґрунтовані теоретичні та прикладні розробки автора, а висловлені зауваження не впливають суттєво на її науковий рівень. Відповідно до цього, дисертація Корсунової Катерини Юріївни, виконана на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін» є завершеною, самостійною науковою роботою, що виконана на достатньо високому науково-теоретичному рівні, і тому рекомендується для подальшого проходження з метою захисту на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини».

В обговоренні дисертаційної роботи взяли також участь: д. е. н., професор **Собко О. М.**, д. е. н., професор **Куриляк В. Є.**, д. е. н., професор **Сохацька О. М.**, д. е. н., професор **Кириленко О. П.**, д. е. н., старший викладач **Борисяк О. В.**, к. е. н., старший викладач **Кириленко С. В.**, к. е. н., доцент **Коцур А. С.**

У своїх виступах члени фахового семінару кафедри зазначили, що дисертаційна робота здобувача Корсунової Катерини Юріївни виконана на актуальну тему. Учасники обговорення відмітили теоретичну і практичну цінність результатів проведеного дослідження. Дана праця відзначається необхідним рівнем наукової новизни, при цьому всі положення, представлені автором, розроблені самостійно та є достатньою мірою обґрунтованими, емпірично підтвердженими. Наукові досягнення здобувача апробовані на міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях, опубліковані у фахових виданнях та доведені до рівня практичного використання, що підтверджено відповідними довідками про впровадження результатів дослідження.

На підставі результатів обговорення присутні на засіданні

### **ПОСТАНОВИЛИ:**

Прийняти висновок щодо дисертаційної роботи Корсунової Катерини Юріївни на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін» як такої, що відповідає вимогам, які заявлені до дисертації, та рекомендувати для подання до розгляду та захисту у спеціалізованій вченій раді.

## **ВИСНОВОК**

**про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації  
на здобуття ступеня доктора філософії на тему «Стратегічні імперативи  
розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін»**

### **Обґрунтування вибору теми дослідження та її зв'язок із планами наукових робіт університету**

В умовах глобалізаційних змін стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу набувають особливої актуальності. Глобалізація відкриває нові можливості для компаній на міжнародних ринках, але одночасно приносить значні виклики у вигляді посиленої конкуренції, культурних та економічних відмінностей, швидких технологічних змін та змін у споживчих перевагах. У цих умовах підприємства повинні адаптувати свої стратегії маркетингу до глобальних тенденцій, забезпечуючи гнучкість і швидкість реакції на зміни зовнішнього середовища.

Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу охоплюють розуміння глобальних ринкових процесів, вміння ефективно застосовувати інноваційні маркетингові підходи, а також здатність до адаптації продуктів і послуг до специфічних вимог різних культурних та економічних регіонів. Ці фактори є ключовими для створення успішної міжнародної маркетингової стратегії, яка дозволяє компаніям не лише виходити на нові ринки, а й утримувати конкурентні переваги в умовах швидко змінюваного глобального середовища.

Отже, стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін вимагають від компаній комплексного підходу до аналізу ринку, розробки адаптованих стратегій та інтеграції інноваційних рішень, що дозволяють зберігати конкурентоспроможність у глобалізованому світі. Успіх міжнародного маркетингу залежить від здатності оперативно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, вміння будувати довгострокові стосунки з міжнародними партнерами та споживачами, а також від реалізації ефективних стратегій, які враховують глобальні та локальні потреби.



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; «Імплементация 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.

**Мета, завдання та методи дослідження. Об'єкт та предмет дослідження**

Метою представленого дисертаційного дослідження є формування теоретико-методичних основ та науково-практичних рекомендацій щодо формування дієвого інструментарію міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін з урахуванням особливостей його стратегічних імперативів.

Длі досягнення представленої мети було сформовано наступні завдання:

визначити особливості трансформації економічного простору під впливом глобалізаційних змін;

сформувати категоріальний апарат дослідження розвитку міжнародного маркетингу та врахувати вплив цифровізації;

обґрунтувати стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу;

дослідити основні детермінанти розвитку міжнародного маркетингу на світових ринках;

визначити вплив штучного інтелекту та цифровізації на міжнародний маркетинг;

проаналізувати структурні тренди міжнародного маркетингу в контексті

стратегічних імперативів;

дослідити сучасний стан високотехнологічного ринку в Україні;

обґрунтувати формування умов для реалізації стратегічних імперативів міжнародного маркетингу на високотехнологічному ринку України;

запропонувати концептуальні основи міжнародного маркетингу на високотехнологічному ринку України.

Об'єктом дослідження є процес визначення стратегічних імперативів розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін.

Предметом дослідження є формування дієвого інструментарію міжнародного маркетингу з урахуванням особливостей його стратегічних імперативів та в умовах глобалізаційних змін.

Методи дослідження. В представленій дисертаційній роботі були використані наступні методи наукового пошуку: морфологічний метод для визначення окремих категорій категоріального базису дослідження; логічний метод для встановлення логічних зв'язків між комплексом маркетингу та окремими його трансформаційними змінами; метод порівняння для визначення особливостей традиційних аспектів розвитку міжнародного маркетингу та розвитку міжнародного маркетингу під впливом цифровізації; метод узагальнення для виявлення окремих особливостей розвитку міжнародного маркетингу у змінних умовах сучасного глобального економічного простору; методи аналізу та синтезу для визначення особливостей високотехнологічної сфери в світі та в Україні, а також для дослідження новітніх структурних трендів міжнародного маркетингу; методи індукції та дедукції для дослідження окремих аспектів стратегічних імперативів розвитку міжнародного маркетингу, а також для визначення складових міжнародного маркетингу в умовах трансформаційних змін; метод експертних оцінок для визначення особливостей впливу штучного інтелекту та цифровізації в загальному плані на розвиток міжнародного маркетингу та його інструментарію; кореляційний метод для обґрунтування умов реалізації стратегічних імперативів міжнародного маркетингу на високотехнологічному ринку України; метод моделювання для моделювання окремих економічних процесів, що мають



взаємозв'язок з розвитком міжнародного маркетингу; метод послідовності для визначення основних етапів та окремих дій для реалізації поставлених завдань; метод кластерного аналізу для кластеризації країн за рівнем цифрового розвитку; табличний метод для більш зручного та детального представлення окремих аспектів дослідження, а також його систематизації; графічний метод для схематичного відображення та представлення окремих елементів дисертаційного дослідження.

Інформаційною та статистичною базою дослідження є наукові праці відомих вчених та економістів з економіки, міжнародних економічних відносин, маркетингу, міжнародного маркетингу, розвитку сучасних глобальних ринків, маркетингового регулювання, аналітичні та статистичні матеріали інформаційних агентств, статистичні дані Світового банку, Міжнародного банку реконструкції та розвитку, Євростату, Організації Об'єднаних Націй; дані Міністерства економіки України, Міністерства цифрової трансформації України, Національного банку України, Держстату України.

### **Наукові положення, розроблені особисто дисертантом та їх новизна**

Основні результати дисертаційного дослідження можливо представити в наступному трактуванні:

*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.

### **Обґрунтованість і достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій, які захищаються**

Дисертаційна робота Корсунової К.Ю. має чітку логічно побудовану структуру, що відповідає вимогам до характеру та змісту наукових праць, дозволяє послідовно та у повному обсязі викласти основні теоретичні та практичні результати проведеного дослідження.

Текстовий виклад результатів роботи вдало доповнюється графічними ілюстраціями, розрахунковими таблицями та додатками. Основні наукові тези і положення роботи логічно й переконливо аргументуються, а у необхідних випадках підтверджені відповідними аналітичними даними.

Розгорнутий аналіз існуючих теоретико-методологічних наукових підходів щодо систематизації стратегічних імперативів розвитку міжнародного маркетингу та обґрунтування напрямів формування системи міжнародного маркетингу під впливом глобалізаційних змін, вміле поєднання сучасних методів та прийомів дослідження, оцінки та інтерпретації фактологічних даних є надійним підґрунтям для констатації високого рівня аргументованості основних наукових положень, висновків та рекомендацій, які містяться у дисертаційній роботі Корсунової



Катерини Юрїївни. Аргументація основних положень у дисертаційній роботі вирізняється чіткістю, цільовим характером та узгодженістю з головними її позиціями та науковими твердженнями.

### **Практичне значення роботи**

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.

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).

### **Повнота викладення матеріалів дисертації в публікаціях та особистий внесок у них автора**

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.



*статті у наукових виданнях,  
включених до переліку наукових фахових видань України  
за спеціальністю 292 Міжнародні економічні відносини*

1. Корсунова К. Ю. Світовий та український ринки високих технологій: особливості розвитку, маркетингові стратегії та тенденції в умовах швидкої трансформації. *Бізнес-інформ.* 2023. № 8. С. 106-113. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-8-106-113>. (0,8 д. а.)

2. Корсунова К. Ю. Особливості міжнародного маркетингу в умовах цифрової економіки: індекс цифрового розвитку. *Economic Space.* 2024. № 196. С. 249-257. URL: <https://doi.org/10.30838/EP.196.249-257>. (0,8 д.а.)

*статті у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань  
України*

3. Korsunova K. Structural trends in international marketing. *Journal of Strategic Economic Research.* 2021. № 4. С. 77-85. URL: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2021.4.8> (0,8 д. а.)

4. Корсунова К. Ю., Отенко В. І., Птащенко О. В., Карталія Д. М. Вплив експортної переорієнтації України на діяльність підприємств: маркетингові та управлінські аспекти. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.* 2021. № 6. С. 127-130. URL: <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-270-6-121-124>. (0,5 д. а.) *Особистий внесок здобувача: здійснила аналіз впливу експортної переорієнтації України на діяльність промислових підприємств, що дозволило виявити основні проблеми маркетингового та управлінського характеру, а також розробити рекомендації щодо вдосконалення стратегій підприємств в умовах проєвропейської інтеграції.*

5. Корсунова К. Ю. Вплив штучного інтелекту на міжнародний Digital маркетинг. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля.* 2022. № 4. С. 25-30. URL: <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-25-30>. (0,5 д.а.)

6. Корсунова К. Ю. Штучний інтелект у дослідженні ринку та запуску рекламних кампаній: ефективні методи та етичні аспекти для міжнародного

маркетингу. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2022. № 6. С. 13-19. URL: <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-276-6-13-19> (0,5 д.а.)

7. Korsunova K. Artificial intelligence in content marketing: Shaping the future of digital strategy. *Journal of Strategic Economic Research*. 2024. № 1. С. 78-84. URL: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2024.1.8>. (0,9 д.а.)

***статті у наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus***

8. Korsunova K. Structural trends of international marketing in the conditions of globalization changes. *Economics of Development*. 2021. Vol. 20, № 3. С. 15-24. URL: [https://doi.org/10.57111/econ.20\(3\).2021.15-24](https://doi.org/10.57111/econ.20(3).2021.15-24). (0,9 д.а.)

9. Korsunova K., Lysenko S., Bobro N., Vasylyshyn O., Tatarchenko Y. The Role of Artificial Intelligence in Cybersecurity: Automation of Protection and Detection of Threats. *Economic Affairs*. 2024. Vol. 69 (Special Issue). С. 43-51. URL: <https://doi.org/10.46852/0424-2513.1.2024.6>. (1,0) *Особистий внесок здобувача: взяла участь в аналізі ролі штучного інтелекту у системах кібербезпеки, акцентуючи увагу на використанні AI-технологій для автоматизації процесів захисту та виявлення загроз. Внесок полягав у дослідженні можливостей штучного інтелекту для підвищення ефективності прийняття рішень під час реагування на кіберзагрози в реальному часі.*

***які засвідчують апробацію матеріалів конференції:***

10. Корсунова К. Ю., Птащенко О. В. Особливості формування комплексу міжнародного маркетингу в сучасних умовах глобалізації. Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі: *матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених* (м. Сєверодонецьк, 22 жовт. 2021 р.). Сєверодонецьк, 2021. С. 89-91. (0,2 д. а.). *Особистий внесок здобувача: проведення дослідження та аналізу формування комплексу міжнародного маркетингу в умовах глобалізації, зокрема розглядаючи цілі сталого розвитку і можливості їх досягнення в Україні та світі.*



11. Корсунова К. Ю., Птащенко О. В. Особливості міжнародного маркетингу. Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики: *матеріали VI Всеукр. наук.-практ. конф.* (м. Умань, 25 жовт. 2021 р.). Умань, 2021. С. 146-148. (0,2 д. а.). Особистий внесок здобувача: зробила значний внесок у дослідження особливостей міжнародного маркетингу, зокрема вивчаючи вплив глобалізації та цифровізації на маркетингові стратегії компаній. Її внесок полягав у проведенні аналізу сучасних маркетингових інструментів, включаючи роль Інтернету та новітніх технологій у просуванні продукції на міжнародних ринках.

12. Корсунова К. Ю., Птащенко О. В. Поведінковий компонент стратегічних імперативів міжнародного маркетингу. *Матеріали XV Міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Харків, 26 листоп. 2021 р.). Харків, 2021. С. 277-279. (0,2 д. а.). Особистий внесок здобувача: через аналіз поведінкових компонентів стратегічних імперативів міжнародного маркетингу, зокрема, досліджуючи вплив нейромаркетингу та *data-driven* підходів на споживчу поведінку та формування ефективних маркетингових стратегій.

13. Корсунова К. Ю. Інструментарій міжнародного маркетингу в постпандемічних умовах. *Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених: матеріали конф.* (м. Тернопіль, 11 квіт. 2022 р.). Тернопіль, 2022. С. 31-33. (0,4 д. а.)

14. Корсунова К. Ю. Структурні тренди міжнародного маркетингу. Обліково-аналітичне та організаційно-економічне забезпечення розвитку регіону: *збірник тез доповідей V міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Сєверодонецьк, 27 квіт. 2022 р.). Сєверодонецьк, 2022. С. 122-124. (0,2 д. а.).

15. Корсунова К. Ю. Розвиток міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін. Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі: *матеріали VI Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених* (м. Київ, 20 жовт. 2022 р.). Київ, 2022. С. 49-50. (0,2 д. а.).

16. Корсунова К. Ю., Птащенко О. В. Роль міжнародного маркетингу в глобальній стратегії бізнесу. Обліково-аналітичне та організаційно-економічне забезпечення розвитку регіону: *збірник тез доповідей VI міжнар. наук.-практ. конф.*

(м. Київ, 27 квіт. 2023 р.). Київ, 2023. С. 115-116. (0,2 д. а.). *Особистий внесок здобувача: аналіз ролі міжнародного маркетингу в стратегії міжнародного бізнесу, зокрема досліджуючи важливість адаптації маркетингових стратегій до культурних, економічних та соціальних умов різних ринків.*

17. Корсунова К. Ю., Птащенко О. В. Ефективні стратегії розширення бізнесу на міжнародний рівень: Систематичний огляд емпіричних досліджень. Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: Національна візія та виклики глобалізації: *збірник тез доповідей XX Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених* (м. Тернопіль, 2023 р.). Тернопіль, 2023. С. 275-278. (0,2 д. а.). *Особистий внесок здобувача: аналіз ефективних стратегій міжнародної експансії бізнесу, зокрема, досліджуючи транснаціональні бізнес-моделі та їхню адаптацію до культурних, економічних і соціальних відмінностей на міжнародних ринках.*

18. Корсунова К. Ю. Інноваційні маркетингові стратегії в епоху цифрової революції. Маркетинг та конкурентоспроможність соціально економічних систем в умовах сталого розвитку: *збірник тез доповідей міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Суми, 6-7 черв. 2023 р.). Суми, 2023. С. 201-203. (0,2 д. а.)

19. Корсунова К. Ю. Сталий розвиток як унікальна торгова пропозиція: імператив для сучасного бізнесу. Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі: *матеріали VII Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених* (м. Київ, 2023 р.). Київ, 2023. С. 90-92. (0,2 д. а.)

20. Корсунова К. Ю. Мотиви для екологічного підприємництва в міжнародному контексті. Підприємництво та логістика в умовах сучасних викликів в світі: *матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Тернопіль, 2023 р.). Тернопіль, 2023. С. 323-325. (0,2 д. а.)

21. Корсунова К. Ю. Сталий розвиток як фактор лояльності: винагорода за екологічний вибір споживачів. Current issues of science, education, and society: theory and practice: *conference proceedings of International scientific-practical conference* (Aarhus, Denmark, 2023). Aarhus, 2023. P. 29-30. (0,2 д. а.)

22. Корсунова К. Ю. Зелений маркетинг в сучасну епоху: подолання скептицизму, «грінвошинг» та орієнтація в еко-правилах, що змінюються. Актуальні



проблеми економіки, підприємництва та управління на сучасному етапі: *матеріали VIII наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених з міжнар. участю* (м. Тернопіль, 2023 р.). Тернопіль, 2023. С. 318-321. (0,2 д. а.)

23. Корсунова К. Ю. Тенденції, що формують майбутнє світового ринку високих технологій. Обліково-аналітичне та організаційно-економічне забезпечення розвитку регіону: *збірник наук. праць за матеріалами VII міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Київ, 25 квіт. 2024 р.). Київ, 2024. С. 228-231. (0,2 д. а.)

24. Корсунова К. Ю. Новітні виклики міжнародного маркетингу в умовах цифрової економіки: *матеріалами VIII Всеукраїнської наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих вчених* (м. Київ, 23-24 жовтня 2024 р.). Київ, 2024. С. 346-348. (0,2 д. а.)

25. Корсунова К.Ю. Сутність імперативів міжнародного маркетингу в умовах цифрової економіки. Організаційний та обліково-фінансовий механізми управління економічною безпекою підприємництва [Текст] : *тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф.* (12–13 груд. 2024 р.) – Харків : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2025. – 256 с. (С. 161-162) (0,2 д. а.).

Текст дисертаційної роботи пройшов перевірку на наявність текстових запозичень в системі Turnitin Similarity. За результатами перевірки, виявлено відсутність текстових запозичень без належного посилання на джерело та встановлено, що дисертаційна робота Корсунової Катерини Юріївни на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін» відповідає принципам **академічної доброчесності**.

### **Апробація матеріалів дисертації**

Основні положення дисертаційної роботи були представлені, обговорювались та були схвалені на шістнадцяти міжнародних на всеукраїнських науково-практичних конференціях: V Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі» (м. Северодонецьк, 22 жовтня 2021 р.);

VI Всеукраїнська науково-практична конференція «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (м. Умань, 25 жовтня 2021 р.); XV Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва» (м. Харків, 26 листопада 2021 р.); Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Міжнародна економіка в умовах кліматичних змін: пандемічний та пост пандемічний період» (м. Тернопіль, 11 квітня 2022 р.); V Міжнародна науково-практична конференція «Обліково-аналітичне та організаційно-економічне забезпечення розвитку регіону» (м. Сєвєродонецьк, 27 квітня 2022 р.); VI, VII та VIII Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі» (м. Київ, 20 жовтня 2022 р.; м. Київ, 27 жовтня 2023 р.; м. Київ, 23-24 жовтня 2024 р.); VI та VII Міжнародна науково-практична конференція «Обліково-аналітичне та організаційно-економічне забезпечення розвитку регіону» (м. Київ, 27 квітня 2023 р.; м. Київ, 25 квітня 2024 р.); XX Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: Національна візія та виклики глобалізації» (м. Тернопіль, 2023 р.); Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг та конкурентоспроможність соціально економічних систем в умовах сталого розвитку» (м. Суми, 6-7 червня 2023 р.); III Міжнародна науково-практична конференція «Підприємництво та логістика в умовах сучасних викликів в світі» (м. Тернопіль, 25-27 травня 2023 р.); Міжнародна науково-практична конференція «Current issues of science, education, and society: theory and practice» (Aarhus, Denmark, 2023); VIII Науково-практична конференція студентів та молодих вчених з міжнародною участю «Актуальні проблеми економіки, підприємництва та управління на сучасному етапі» (м. Тернопіль, 26 жовтня 2023 р.); Міжнародна науково-практична конференція «Організаційний та обліково-фінансовий механізми управління економічною безпекою підприємництва» (м. Харків, 12-13 грудня 2024 р.).



## **Оцінка мови та стилю дисертації**

Дисертація написана діловою українською мовою, якою автор володіє у професійному плані досконало. Стиль викладення матеріалів досліджень, наукових положень, висновків і рекомендацій характеризується цілісністю, змістовою завершеністю, логічною послідовністю розгляду питань, точністю використання економічної термінології, ясністю, стислістю та забезпечує легкість і доступність їх сприйняття.

## **Відповідність дисертації нормативно встановленим вимогам та можливість подання до захисту**

Враховуючи актуальність теми дисертації, обґрунтованість отриманих результатів, наукову новизну і практичне значення виконаних досліджень, повноту викладення матеріалів дисертації в наукових працях, що відповідають 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 КМУ від 12.01.2022 р. № 44 (зі змінами від 21.03.2022р. № 341) та напрямку наукового дослідження освітньо-наукової програми ЗУНУ, фаховий семінар кафедри рекомендує подати дисертаційну роботу Корсунової Катерини Юріївни на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін», на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» до захисту в разову спеціалізовану вчену раду.

У результаті розгляду дисертації Корсунової Катерини Юріївни та повноти публікації основних результатів дослідження

### **УХВАЛИЛИ:**

1. Пропонувати Вченій раді університету такий склад разової спеціалізованої вченої ради:

Головою разової спеціалізованої вченої ради призначити:

**доктора економічних наук, професора, Брича Василя Ярославовича,**  
директора Навчально-наукового інституту інноватики, природокористування та

інфраструктури Західноукраїнського національного університету.

Рецензентами:

**доктора економічних наук, професора, Буяк Лесю Михайлівну**, завідувача кафедри економічної кібернетики та інформатики Західноукраїнського національного університету;

**кандидата економічних наук, Кириленка Сергія Вікторовича**, старшого викладача кафедри підприємництва і торгівлі Західноукраїнського національного університету.

Опонентами:

**доктора економічних наук, професора, Хаджинова Іллю Васильовича**, Ректора Донецького національного університету імені Василя Стуса;

**доктора економічних наук, професора, Сагайдака Михайла Петровича**, в. о. завідувача кафедри менеджменту Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

2. Рекомендувати новоствореній разовій спеціалізованій вченій раді прийняти дисертаційну роботу Корсунової Катерини Юріївни на тему «Стратегічні імперативи розвитку міжнародного маркетингу в умовах глобалізаційних змін» до захисту.

**Головуючий на засіданні**

доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри підприємництва  
і торгівлі

Ольга СОБКО