

РЕЦЕНЗІЯ

офіційного рецензента, кандидата економічних наук,
доцента Ястремської Олеси Олександрівни
на дисертаційну роботу Подорожної Маргарити Романівни
«Формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках»,
виконану для здобуття ступеня доктора філософії
з галузі знань «Міжнародні відносини»
за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини»

1. Актуальність теми дисертаційної роботи

Успішна діяльність будь-якої компанії тісно пов'язана з її брендом, причому чим більше компанія розвивається та виходить за межі національного ринку, тим більшу роль відіграє бренд. Фахівці та дослідники зазначають, що процес формування та позиціонування бренду повинен бути направленим на забезпечення якості та створювати перевагу продукту, компанії, позначити їх відмінність від конкурентів, формувати та підтримувати взаємно корисні відношення з клієнтами, партнерами.

З таких позицій успіх бренду компанії на міжнародних ринках значною мірою залежить від якості та доцільності стратегічного інструментарію управління ним, маркетингових досліджень та програм, контролю, моніторингу та оцінюванню позицій компанії, вартості бренду, взаємодії з клієнтами та партнерами.

Основними завданнями науки у цій сфері є: оновлення методологічного базису, розробка нових креативних підходів та методичного забезпечення для оснащення менеджерів компаній сучасними інструментами та техніками. Тому поглиблення та удосконалення теоретичних положень і розроблення методичних пропозицій і практичних рекомендацій з формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках, що є метою дослідження Подорожної Маргарити, має актуальність, наукове та практичне значення.

2. Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами

Проведене наукове дослідження здобувача здійснювалось в рамках наукової діяльності Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця. Це підтверджується довідкою про її участь в наукових темах: «Методичне забезпечення розвитку підприємства в умовах діджиталізації» (номер державної реєстрації 0121U112847), «Методичне забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах діджиталізації» (номер державної реєстрації 0121U113244), «Формування стратегічного інструментарію безпеки орієнтованого підприємства» (номер державної реєстрації 0123U102479), «Забезпечення інноваційного розвитку експортно-імпоротної діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки в умовах воєнного та повоєнного стану» (номер державної реєстрації 0123U102012). Пропозиції, викладені у наведених науково-дослідних темах, відповідають основним положенням дисертації щодо визначення основних характеристик бренду в процесі цифровізації, методичного забезпечення з визначення конкурентоспроможності бренду підприємства, складу та змісту факторів формування і позиціонування бренду з урахуванням його інноваційності.

Таким чином тематика дисертаційної роботи Подорожної Маргарити Романівни є актуальною, також має науково-теоретичну та практичну цінність і відповідає пріоритетним напрямам наукових досліджень для розбудови національної економіки в умовах глобалізації.

3. Достовірність та обґрунтованість наукових досліджень, висновків і рекомендацій.

Робота відрізняється високим рівнем обґрунтованості та доведеності наукових положень, методичних розробок і практичних рекомендацій. Це підтверджується логічною побудовою структури роботи, опрацюванням значної кількості літературних джерел вітчизняних і закордонних дослідників, що складає 148 найменувань, з питань процесів формування та позиціонування бренду, брендингу та створення інноваційно-інформаційного поля навколо бренду і виявлення напрямів стратегічного розвитку бренду компанії.

Високий рівень проведеного дослідження підтверджується адекватністю та відповідністю використаних наукових методів предмету й об'єкту дисертації, серед яких слід віднести: морфологічний аналіз, метод наукової абстракції, метод аналізу і синтезу, статистичний аналіз, експертні методи, економіко-математичне моделювання (регресійний аналіз, багатовимірний факторний аналіз, таксономічний показник розвитку).

Визначена мета дослідження повністю відповідає темі роботи. Об'єкт і предмет дослідження визначені чітко та коректно. Перелік завдань дослідження відповідає поставленій меті та повністю її розкриває, а ступінь їх вирішення відображено у висновках, де представлено результати дослідження. Висновки в повній мірі відображають основні положення проведеного дослідження та перспективи їх впровадження як у практичну діяльність підприємств, так і в подальший науково-теоретичний пошук майбутніх досліджень з цієї тематики.

Дисертаційна робота написана в науковому стилі. Викладеному матеріалу властива повнота та логічність наведених думок і тверджень, високий рівень достовірності та обґрунтованості положень наукової новизни. Автору вдалося повністю досягти поставленої мети та вирішити поставлені завдання дослідження, які розкриті в тексті і стисло представлені у висновках, що відображають конкретні отримані результати дослідження.

Отримані наукові результати були оприлюднені здобувачем у п'яти статтях України, які опубліковані у фахових журналах, віднесених до категорії «Б» та індексуються у міжнародних наукометричних базах. Також результати наукового дослідження здобувача пройшли апробацію на конференціях, за результатами яких опубліковано 7 тез доповідей і матеріалів конференцій. Викладені аргументи підтверджують достатню обґрунтованість і достовірність положень наукової новизни, методичного забезпечення та практичних рекомендацій і висновків дисертації Подорожної Маргарити Романівни.

4. Структура дисертації

Дисертація Подорожної М. Р. має традиційну структуру і складається з анотацій (українською та англійською мовами), вступу, трьох розділів, висновків за розділами та загальних висновків, списку використаних джерел і

додатків. Дисертація проілюстрована достатньою кількістю рисунків (44) і таблиць (25), які доповнюють і пояснюють отримані результати та уточнюють їх зміст і взаємозв'язки досліджуваних явищ і понять. Загальний обсяг дисертації складає 307 сторінок, обсяг основного тексту – 189 сторінок (7,87 авт. арк.), що відповідає Наказу МОН України №40 від 12.01.2017 р. «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» (зі змінами).

Зміст роботи викладено в логічній послідовності, відповідно до визначених об'єкту, предмету, мети, завдань та повністю розкриває отримані наукові результати. Сформовані висновки в достатній мірі відображають запропоновані положення наукової новизни та одержані наукові і практичні результати в цілому. В додатки включено додаткові матеріали, отримані в результаті роботи, та копії довідок про практичне використання результатів дисертації.

5. Новизна наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

Аналіз дисертації дозволяє стверджувати, що робота має високий науково-методичний рівень і спрямована на вирішення поставленої мети, яка полягає в подальшому розвитку теоретико-методичного забезпечення і розробленню практичних рекомендацій щодо формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках. Отримані наукові результати представляють вагомий науковий доробок в економічну науку – міжнародні економічні відносини.

Наукові результати здобувача спрямовані на вирішення поставлених завдань щодо розробки науково-теоретичних положень, методичного забезпечення і підходів, а також практичних наробок щодо формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках. Деталізація положень наукової дозволяє відзначити їх відмінності та переваги, які полягають у такому.

Удосконалено методичний підхід до формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках, який обґрунтовується положеннями теорії конкурентних переваг, необхідністю забезпечення стійкості позиції бренду компанії на міжнародних ринках в умовах цифровізації, циркулярності та

соціалізації економічного розвитку та принципами стратегічного мислення, цілепокладання, готовності та мотивації персоналу до інноваційних змін, пошуку та застосування нових організаційних форм, заходів та способів партнерства, відповідності вимогам і стандартам соціальної та екологічної відповідальності компанії (стор. 151-165). Результатом реалізації методичного підходу виступає розроблений комплекс стратегічних заходів з формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках.

За рахунок уточнення контенту, сутності та ознак понятійного апарату процесу формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках, здійснено його розвиток, за яким цей процес розглядається за етапами концептуалізації та цілевизначення у створенні інноваційної цінності, аналізу характеристик глобальності, інноваційності та конкурентоспроможності позицій бренду компанії на міжнародних ринках, донесення інформації про стратегічні цілі та інноваційно-активну позицію до учасників ринкових відносин. В такому ракурсі доведено, що споживачі виступають групою стратегічного впливу на формування та позиціонування бренду компанії (стор. 37-55).

Здійснено удосконалення інформаційно-аналітичного інструментарію формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках, що відрізняється сформованим комплексом показників, методів аналізу та моделюванням для виявлення тенденцій світового економічного розвитку, впливу чинників бренду країни-походження компанії, специфіки галузі, взаємозв'язків між рейтинговими позиціями інноваційності, глобальності на міжнародних ринках та узагальнюючим показником розвитку бренду, спільних характеристик брендів компаній світових лідерів (стор. 104-110, 168-181).

Дістали подальшого розвитку концептуальні засади формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках, де стрижневою ідеєю виступає обґрунтування інноваційної позиції бренду як соціально-відповідальної в міжнародному бізнесі та необхідності врахування при її формуванні домінуючого впливу інтересів споживачів в маркетинговій та інноваційній активності компанії на міжнародному ринку (стор. 55-64).

Уточнено та розширено зміст стратегічного інструментарію формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках за рахунок оцінювання пріоритетності вибору при побудові профілю стратегічних заходів відповідно напрямом: інноваційної активності, лідерства на ринку, стратегічного партнерства та соціально-екологічної відповідальності. Зміст стратегічного інструментарію формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках представлений комплексом управлінських, організаційних, маркетингових, комунікаційних, інформаційно-аналітичних методів, форм, способів, прийомів та технік з розробки та реалізації стратегічних заходів для формування бажаної позиції бренду на міжнародному ринку. (стор. 166-188).

Всі наведені положення наукової новизни якісно описані, доведені та обґрунтовані, що підтверджує те, що вони є вагомим внеском в розвиток теорії міжнародних економічних відносин.

6. Повнота викладення основних результатів в опублікованих наукових працях

Кількість, обсяг та якість опублікованих праць відповідають вимогам, визначеним у 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.

Результати дослідження опубліковані в 12 наукових працях. П'ять статей опубліковані у фахових виданнях (категорія Б). Публікаційна активність здобувача відрізняється широкою географією. Загальний обсяг опублікованих матеріалів становить 4,14 друкованих аркушів, із яких 3,08 аркушів належать особисто дисертанту. Крім того, в усіх спільних публікаціях дослідниця має значний особистий внесок. Кількість публікацій переважає необхідний мінімум для захисту дисертації доктора філософії. Також за темою дисертації опубліковано апробаційні тези доповідей та матеріали конференцій, в яких також викладена інформація щодо положень дисертації, їх практичного значення та апробації.

7. Теоретичне і практичне значення результатів дисертаційної роботи.

Представлені у дисертації результати досліджень збагачують теорію міжнародних економічних відносин, теорію менеджменту щодо питання формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках. У дисертації вирішено важливе науково-практичне завдання на основі узагальнення, розвитку й удосконалення теоретичних і методичних підходів та розроблення практичних рекомендацій на засадах використання сучасних положень розвитку міжнародних економічних відносин, брендінгу. Наукова значущість отриманих результатів зумовлена можливістю їх широкого застосування при проведенні подальших досліджень в позиціонування брендів компаній у міжнародному економічному просторі для задоволення платоспроможного попиту споживачів та в практичній діяльності компаній.

Теоретичну значущість результатів, висновків, пропозицій дисертації, що відрізняються науковою новизною, підтверджує їх використання в освітньому процесі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця при впровадженні результатів дисертації з методичного забезпечення аналізу умов позиціонування бренду на міжнародних ринках та методичного підходу до формування конкурентоспроможності бренду компанії в процес викладання дисципліни «Міжнародний маркетинг» при підготовці бакалаврів за спеціальністю «Міжнародні економічні відносини» (довідка про впровадження № 24/86-25-09 від 26.01.2024 року).

Практична значущість отриманих дисертантом результатів полягає у тому, що всі наукові положення дисертації доведено до рівня конкретних методичних розробок і практичних рекомендацій, до яких належать впроваджені методичні рекомендації, стратегічний інструментарій, методичний підхід щодо формування та позиціонування бренду на вітчизняних підприємствах.

Так, на ДП «ЕКВУД-БУД» були впроваджені практичні рекомендації щодо інформаційно-аналітичного забезпечення формування бренду компанії (№24- 01/06 від 15.01.2024 року).

На ТОВ «СПЕЦВУЗАВТОМАТИКА» впроваджено методичний підхід до

формування конкурентоспроможності бренду та його позиціонування на міжнародних ринках (довідка №28/1 від 20.01.2024 року).

Таким чином, можна зробити висновок, що дисертація має як теоретичне, так і практичне значення.

8. Академічна доброчесність

Проведений аналіз роботи здобувача Подорожної Маргарити Романівни підтвердив відсутність проявів академічного плагіату, фальсифікації або фабрикації. Дослідження не виявило жодних порушень академічної доброчесності, що підтверджено результатами перевірки за допомогою спеціальних програмних засобів. Отже, можна зробити висновок про відсутність порушень академічної доброчесності.

9. Дискусійні положення та недоліки дисертаційного дослідження

В цілому позитивно оцінюючи дисертаційне дослідження Подорожної Маргарити Романівни як самостійне, логічне, завершене і таке, що має наукове та практичне значення одержаних автором результатів, слід вказати на деякі дискусійні положення, які мають місце в дисертаційній роботі.

1. Автор достатньо детально розглядає етапи брендингу (стор.37-45), маючи на увазі бренд продукції. Наводить модель взаємодії бренду та споживача (рис.1.2, стор. 41). Однак не визначає відмінності між брендингом, що стосується продукції та брендингом компанії. Тому доцільно було визначити відзнаки між цими процесами.

2. Підрозділ 1.2 присвячений концепціям та принципам формування і позиціонування бренду на міжнародних ринках. Автор визначає бренд-стратегії та чинники, які виступають бар'єрами для ефективної реалізації таких стратегій, наводить основні характеристики бренду, серед яких така як «стрижнева ідентичність», що визначає сутність бренду. В подальшому дослідженні автор не фокусує увагу на цій характеристиці бренду, не наводить приклади формування ідентичності бренду компанії.

3. При виборі методу для розрахунку інтегрального показника розвитку компанії здобувач формує систему фінансових показників та використовує

еталонний показник за критерієм МініМакс (рис.2.1). Необхідно було навести обґрунтування та значення цих еталонних показників, що використано для розрахунку інтегральних показників досліджуваних компаній.

4. Достатня кількість відомих міжнародних консалтингових досліджень присвячена питанням аналізу такого показника як капітал бренду. Його вимірювання реалізується через аудит бренду. Можливо було б дослідити це питання у дисертації відносно предмету дослідження щодо формування і позиціонування бренду на міжнародних ринках, а саме – наскільки часто такий аудит застосовується вітчизняними компаніями і які відмінності має у порівнянні з аудитом цього питання у зарубіжних компаніях. Зазначені дискусійні моменти не знижують високого наукового рівня представленої до захисту дисертаційної роботи, її теоретичної та практичної цінності, отже загальна оцінка роботи є позитивною.

10. Загальна оцінка дисертації та її відповідність встановленим вимогам

Дисертація Подорожної Маргарити Романівни «Формування та позиціонування бренду на міжнародних ринках» є самостійним, цілісним, завершеним і логічно побудованим науковим дослідженням, що відзначається новими, інноваційно орієнтованими підходами у вирішенні теоретико-методичних і прикладних завдань, які пов'язані з формуванням та позиціонуванням бренду на міжнародних ринках.

Тема дисертаційної роботи є актуальною, розкритою належним чином, відповідає пріоритетним напрямкам наукових досліджень України, науковим програмам національного, регіонального і галузевого значення.

Поставлена мета дослідження досягнута, завдання повністю вирішені і відповідають меті. Дослідження проведене на високому рівні, а отримані результати містять низку інноваційно наповнених положень наукової новизни щодо теоретичних пропозицій, методичних підходів та практичних рекомендацій.

Усі положення наукової новизни та інші науково-прикладні результати, що винесені на захист у межах поставлених завдань, характеризуються

науковою новизною, а їх рівень – «удосконалено», «набули подальшого розвитку» – визначено та сформульовано коректно.

За науково-прикладним спрямуванням та змістом виконане дослідження відповідає галузі знань 29 «Міжнародні відносини» за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», за якістю та змістовністю отриманих теоретичних, методичних та практико-орієнтованих розробок повністю відповідає рівню дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософії. Кількість і якість публікацій за дисертацією відповідає вимогам та висвітлює положення наукової новизни, винесені на захист. Згідно результатів перевірки дисертація відповідає принципам академічної доброчесності.

Дисертаційна робота Подорожної Маргарити Романівни відповідає вимогам постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» № 44 від 12 січня 2022 року, а її авторка, Подорожна Маргарита Романівна, заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії у галузі знань 29 «Міжнародні відносини» за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини».

Рецензент

кандидат економічних наук, доцент

кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування

Харківського національного економічного

університету імені Семена Кузнеця



Олеся ЯСТРЕМСЬКА