

Спеціалізованій вченій раді ДФ 26.055.047
Державного торговельно-економічного
університету
(02156, м. Київ, вул. Кіото, 19)

РЕЦЕНЗІЯ

**на дисертаційну роботу Войнілович Віти Євгенівни
на тему: «Холістичний маркетинг підприємств фешн-індустрії», яка
представлена на здобуття наукового ступеня доктора філософії за
спеціальністю 75 Маркетинг
доктора економічних наук, професора Дугінець Ганни Володимирівни**

Актуальність теми та загальна характеристика роботи. В епоху цифрових трансформацій для успішної бізнес-діяльності необхідним є переосмислення традиційних маркетингових концепції з метою впровадження більш комплексних підходів для просування власних товарів та послуг. В ХХІ ст. актуальною стає зміна парадигми в бік холістичного маркетингу, який, серед іншого, визнає нові масштаби та складність маркетингу і прагне гармонізувати старі підходи з інноваційними. Швидкість, з якою рухається індустрія моди, трансформує її загальну систему. Зазначимо, що активне поширення концепції холістичного маркетингу в глобальній індустрії моди обґрунтовано також тим, що саме вона дозволяє досягти індикаторів сталого розвитку, відповідність яких є важливим питанням для споживачів, особливо для нових поколінь, які є соціально та екологічно свідомими та очікують, що модні бренди будуть більш етичними, прозорими та сталими. В українській індустрії моди, яка може стати драйвером відновлення та подальшого розвитку національної економіки, існує значний потенціал для формування сталої індустрії моди завдяки високоякісній сировині, зв'язку з природою, культурою, текстильними традиціями, використанню унікальних технологій тощо, що підтверджує актуальність обраної теми.

Наукова цінність поданого на рецензування рукопису роботи полягає у

комплексному дослідженні теоретико-методичних засад концепції холістичного маркетингу на підприємствах фешн-індустрії та запропоновано практичні рекомендації до впровадження в українських реаліях. Достовірність результатів дослідження, висновків, які містяться у дисертаційній роботі, в цілому, є достатніми. Проблема, досліджена авторкою, враховує значний досвід вітчизняних та закордонних вчених з висвітлення питань впровадження концепції холістичного маркетингу на підприємствах фешн-індустрії та ґрунтується на аналізі законодавчих та нормативно-правових актів Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, матеріалів та відкритих статистичних даних світової та вітчизняної індустрії моди.

Мета та завдання дисертаційної роботи. Дисертаційна робота Войнілович Віти Євгенівни присвячено поглибленню теоретико-методичних засад впровадження холістичного маркетингу роздрібними торговельними мережами фешн-індустрії в умовах невизначеності та удосконаленню методичного інструментарію управління їх маркетинговою діяльністю.

Здобувачкою наукового ступеню у дослідженні вирішено низку завдань: ідентифіковано основні положення, передумови формування холістичний маркетинг та його місце в системі бізнес-взаємодії підприємств фешн-індустрії; визначено особливості реалізації складових холістичного маркетингу роздрібними торговельними мережами фешн-індустрії; здійснено аналіз ринку роздрібних торговельних мереж фешн-індустрії та проведено оцінювання використання мережами інструментів холістичного; обґрунтовано дієвість складових холістичного маркетингу; розроблено стратегію впровадження холістичного маркетингу підприємствами фешн-індустрії за; обґрунтовано удосконалення методичного інструментарію оцінювання інструментів холістичного маркетингу роздрібними торговельними мережами фешн-індустрії.

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає у вирішенні актуальних наукових питань теоретичного спрямування та розроблення

практичних рекомендацій щодо впровадження холістичного маркетингу на підприємствах фешн-індустрії, в умовах економічної нестабільності країни.

Наукове значення положень і результатів проведеного Войнілович Вітою Євгенівною дослідження, які виносяться на захист, полягають у такому:

Запропоновано модель – Digital Marketing-Mix (цифровий маркетинг-мікс), яка є комбінацією стратегічних елементів, які підприємство фешн-індустрії використовує для просування своїх товарів та послуг у цифровому середовищі. Удосконалено комплексний підхід до реалізації стратегії холістичного маркетингу, який базується на використанні RACE моделі у поєднанні із S.M.A.R.T технологією. Подальшого розвитку набули: визначення поняття «холістичний маркетинг в фешн-індустрії»; науковий підхід до інтеграції холістичного та цифрового маркетингу; а також класифікація асортименту товарів фешн-індустрії, яка доповнена таким видом асортименту, як Net-a-Porter – віртуальний показ дизайнерських брендів, тобто представлення товарів у віртуальному середовищі (наприклад, віртуальні примірочні, віртуальний магазин).

Практичне значення одержаних результатів полягає у узагальненні та розвитку науково-теоретичних положень, в обґрунтуванні методичних підходів і практичних рекомендацій щодо вдосконалення підходів до впровадження концепції холістичного маркетингу роздрібними торговельними мережами фешн-індустрії.

Обґрунтованість і достовірність положень дисертаційної роботи, отриманих висновків та рекомендацій авторки підтверджується їх апробацією на 7 міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях. За темою дисертації авторкою опубліковано 12 наукових праць, з них зокрема: 1 стаття у науковому періодичному виданні, проіндексована у міжнародній наукометричній базі даних Scopus; 4 статті у наукових фахових виданнях України; 7 публікації за матеріалами міжнародних науково-практичних конференцій., що свідчить про достатньо повне викладення основних результатів дисертації в наукових фахових виданнях і задовольняє вимогам п.

11 Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 06 березня 2019 року. Публікації повністю відображають зміст проведеного дослідження.

Висновки і рекомендації, запропоновані в дисертаційній роботі, схвалені і впроваджені в практичній діяльності ТОВ «БНС ТРЕЙД» (довідка № 35 від 10.12.2019, довідка №5 від 10.02.2021); ТОВ «СК Фешн» (довідка №15 від 11.04.2022); а також при викладанні дисципліни «Організація роздрібно́ї торгівлі» та «Торговельне підприємництво» (довідка №19/105 від 11.09.2023).

У цілому вивчення дисертаційної роботи дозволяє констатувати факт не тільки високого теоретичного і практичного рівня роботи, а також достовірність й обґрунтованість отриманих авторкою результатів.

Зауваження та дискусійні положення дисертації. Поряд із загальною позитивною оцінкою дисертаційної роботи можна зробити певні зауваження та вказати на деякі дискусійні положення роботи:

1. В структурі дисертаційної роботи прослідковується певна асиметрія за обсягом сторінок в параграфах.

2. Було б доцільно визначити інструменти хо́лістичного маркетингового підходу, виходячи з диференційованих потреб вітчизняних суб'єктів fashion індустрії, зважаючи на важливість її розвитку в повоєнний період.

3. Вважаю доцільно було б конкретизувати яким чином і за рахунок яких інструментів, може бути підвищено результативність впровадження запропонованої стратегії, враховуючі те, що державна підтримка підприємницької діяльності формує бізнес-середовище в країні.

4. Результати дослідження були б більш переконливими, якби авторка більш детально пояснила яким чином враховано специфіку розвитку інноваційної соціальної бізнес-моделі підприємств фешн-індустрії, яка орієнтована на міленіалів із соціальною свідомістю. Наприклад за рахунок використання сталого контенту цифрових каналів та електронної комерції.

Висловлені зауваження в цілому не впливають на загальну позитивну оцінку роботи Войнілович Віти Євгенівни. Представлений на рецензування рукопис дисертаційної роботи «Холістичний маркетинг підприємств фешн-індустрії» є завершеною науковою роботою, у якому обґрунтовано та запропоновано теоретичні та методологічні аспекти впровадження холістичного маркетингу роздрібними торговельними мережами фешн-індустрії в умовах невизначеності.

Загальний висновок. Дисертаційна робота Войнілович Віти Євгенівни на тему «Холістичний маркетинг підприємств фешн-індустрії» являє собою завершене, самостійно виконане наукове дослідження. Матеріал викладено логічно, послідовно, в науковому стилі. За складом наукової новизни, рівнем обґрунтованості і достовірності одержаних результатів, їх теоретичною та практичною значущістю дисертація на тему «Холістичний маркетинг підприємств фешн-індустрії» відповідає Наказу Міністерства освіти і науки України «Про затвердження вимог до оформлення дисертації» та Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку присудження доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» від 12.01.2022 р. № 44., а її авторка Войнілович Віта Євгенівна заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Рецензент :

завідувач кафедри світової економіки
Державного торговельно-економічного
університету
доктор економічних наук, професор

Ганна ДУГІНЕЦЬ

