

ВІДГУК
офіційного опонента
доктора економічних наук, професора
Гончарука Анатолія Григоровича
на дисертаційну роботу
Пімоненко Тетяни Володимирівни
на тему: «Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій», яку подано до
захисту у спеціалізованій вченій раді Д 55.051.01
у Сумському державному університеті
на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за
спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

1. Актуальність теми дослідження

Впровадження індикативних цілей сталого розвитку потребує активізації трансформаційних процесів щодо переходу від традиційної моделі ведення бізнесу до екологічно відповідальної. Це у свою чергу вимагає від менеджменту підприємств формування ефективних механізмів залучення додаткових ресурсів у формі зелених інвестицій на фінансування відповідних еко-безпечних та енергоефективних заходів. При цьому наявні політичні та економічні конфлікти призводять до зниження інвестиційної привабливості як країни в цілому, так і бізнес-сектору. Тож, вітчизняні підприємства мають швидко адаптуватись та підвищувати ефективність системи управління інвестиційними ресурсами. Парадигма сталого розвитку та вимогливість стейкхолдерів зеленого інвестування стимулює менеджмент вітчизняних підприємств формувати свій імідж як еко-відповідальних компаній з дотриманням принципів доброчесності. Вітчизняна практика свідчить, що неузгодженість системи управління інвестиційними ресурсами на підприємствах та відокремленість комплексу управлінських і маркетингових інструментів інвестиційної політики, відсутність цілісної концепції залучення зелених інвестицій та позиціювання підприємств як еко-відповідальних унеможлиблює повноцінне залучення ними зелених інвестицій. При цьому специфічність стейкхолдерів зеленого інвестування вимагає налагодження дієвої комунікаційної системи взаємодії між ними з метою уникнення асиметрії інформації щодо цілей та результатів зеленого інвестування.

Все це обумовлює необхідність формування цілісної концепції маркетингового та управлінського забезпечення зеленого інвестування на вітчизняних підприємствах. З огляду на все вище зазначене, дисертація

Т. В. Пімоненко є актуальною та має важливе теоретичне та практичне значення.

2. Ступінь обґрунтованості та достовірності положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

Наукові положення дисертаційної роботи є аргументованими та обґрунтованими, що підтверджується основним змістом дослідження, опублікованими Пімоненко Т. В. науковими працями, авторефератом та переліком використаної літератури. Обґрунтування основних наукових положень, висновків та рекомендацій засновано на результатах систематизації та узагальнення дисертанткою фундаментальних положень економічної теорії, теорії управління, маркетингу, інвестування, економіки підприємства, економіки природокористування, робіт вітчизняних і закордонних учених та фахівців з питань маркетингового та управлінського забезпечення зелених інвестицій.

При проведенні досліджень дисертанткою використано нормативно-правові та законодавчі документи України, статистичну та аналітичну інформацію Світового банку та Організації економічного співробітництва і розвитку, оглядів міжнародних агенцій, первинну документацію й інформацію з офіційних веб-ресурсів компаній, наукові монографії та публікації вітчизняних та зарубіжних авторів.

Отримані наукові результати дослідження засновані на таких загально визнаних та сучасних методах дослідження, як: логічне узагальнення та наукова абстракція; системно-структурний аналіз; дедукція та інструментарій Google Trends; агломераційна ієрархічна кластеризація Уорда, метод головних компонент, кореляційний аналіз; модифіковані методи найменших квадратів FMOLS та DOLS; контент-аналіз та метод Фішберна; модель PLS-PM. Емпіричні розрахунки здійснено з використанням програмних продуктів Stata 12/SE та EViews10.

На увагу заслуговує використання у дослідженні системного підходу при вирішенні поставлених завдань щодо формування системи маркетингу і менеджменту зелених інвестицій, логічна побудова й аналіз причинно-наслідкових зв'язків зеленого інвестування. Запропоновані дисертанткою висновки та рекомендації, є достовірними, що підтверджується відповідними актами та довідками про впровадження.

Достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій дисертаційного дослідження підтверджується їх апробацією під час кількох наукових стажувань дисертантки за стипендіальними програмами: міжнародних наукових обмінів ім. Фулбрайта (2019 р., США); Латвійського уряду для молодих науковців (2018 р., Латвія); Індійської програми технічного та економічного співробітництва (2018 р., Індія); Національної стипендіальної програми Словацької Республіки для підтримки мобільності

студентів, аспірантів, викладачів університетів, дослідників та виконавців (2017 р., Словаччина), тощо.

Крім того, обґрунтованість отриманих наукових положень, висновків і рекомендацій підтверджується публікацією основних результатів дослідження у монографіях, наукових фахових виданнях України та інших держав, оприлюдненням їх на вітчизняних та міжнародних науково-практичних конференціях.

Дисертаційна робота узгоджується з темами наукових досліджень Сумського державного університету, зокрема: «Форсайт-прогнозування стійкості національної економіки: від соціо-еколого-економічних протиріч до конвергентної моделі» (№ д/р 0117U003932), до звіту з якої увійшли пропозиції щодо врахування екологічних детермінант під час оцінювання бренда країни; «Економіко-математичне моделювання механізму відновлення суспільної довіри до фінансового сектору: запорука економічної безпеки України» (№ д/р 0117U003924) – щодо впливу грінвошингу на рівень довіри до економічних суб'єктів; «Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку відновлювальної енергетики України» (№ д/р 0117U002254) – щодо особливостей залучення зелених інвестицій у розвиток альтернативної енергетики.

На увагу заслуговує те, що дисертаційне дослідження відповідає тематиці міжнародних наукових грантових проектів, у реалізації яких дисертантка брала участь особисто, зокрема: у межах спільного україно-литовського наукового проекту «Розробка інституційних і економічних засад забезпечення сталого розвитку і «зеленої» економіки на регіональному рівні» (№ д/р 0116U007179) розроблено перспективні напрями залучення зелених інвестицій у енергоефективні проекти; у межах гранту від Швейцарського національного наукового фонду «Підвищення енергетичної безпеки шляхом швейцарсько-українсько-естонського інституційного партнерства» (SCOPES IZ74Z0_160564) – пропозиції щодо механізмів зеленого інвестування в реалізацію проектів енергоефективного будівництва при формуванні прикладних кейсів.

3. Наукова новизна результатів дисертаційного дослідження

Узагальнюючи основні висновки і результати дисертаційної роботи, а також вивчаючи особистий внесок дисертантки у вирішенні обраної неї проблематики, можна визначити, що суттєвими в науковому і практичному значенні є результати дисертаційної роботи, які містять наступні елементи наукової новизни:

1. Вагомий внесок у розвиток теоретико-методологічної бази маркетингу і менеджменту зелених інвестицій дисертантка здійснила, удосконаливши типологізацію методичних підходів до розуміння сутності зелених інвестицій (стор. 65-67 дисертації). Дисертанткою запропоновано структурувати підходи у залежності від таргету зеленого інвестування на

підприємстві, на: технологічний, проектний, фінансовий, конвергентний та маркетинговий.

2. Дисертанткою уточнено сутність зелених інвестицій, що передбачає синхронізацію їх маркетингового, управлінського, інституційного, фінансового та функціонального забезпечення (стор. 69-70 дисертації). Зелені інвестиції запропоновано визначати як майнові та інтелектуальні цінності, що спрямовуються в зелені матеріальні й нематеріальні активи, фінансові інструменти, заходи щодо формування еко-відповідального внутрішньокорпоративного та ринкового середовищ із метою одержання явних і прихованих економічних, екологічних і соціальних ефектів.

3. У роботі поглиблено теоретико-методологічне підґрунтя синхронізації управлінського, маркетингового та інституційного забезпечення зеленого інвестування у рамках запровадження індикативних цілей сталого розвитку в підприємницьку діяльність та одержання синергетичного ефекту від зеленого інвестування (стор. 80–82 дисертації).

4. Авторкою розвинуто систему принципів менеджменту зелених інвестицій та доповнено її такими специфічними принципами (стор. 124–125 дисертації) як: колабораційності (відображають характерні особливості управління відносинами зі стейкхолдерами зеленого інвестування); дисемінації (ланцюгова реакції появи явних/латентних соціо-еколого-економічних ефектів); конвергентності (комплементарність зелених інвестицій, конвергенція цілей та способів реалізації зеленого інвестування).

5. Заслужують на увагу й удосконалені авторкою методичні засади оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту зеленого інвестування (стор. 158–159 дисертації) з урахуванням середньозваженої вартості залучення капіталу підприємствами для реалізації зелених інвестицій, екологічних податків та штрафів, економії усіх видів ресурсів і соціальних виплат унаслідок реалізації зелених інвестицій, непрямих доходів від зелених інвестицій, обумовлених передусім ефективною політикою просування зеленого бранда компанії.

6. У роботі обґрунтовано специфічні особливості комплексу маркетингу зелених інвестицій та здійснено типологізацію стратегій маркетингу зелених інвестицій (імпаکتну, іміджеву та проактивну). Основні складові концепції 8P маркетингу зелених інвестицій враховують конвергенцію базових елементів зеленого і традиційного маркетингу, сучасні трансформації на товарному, кредитному та фондовому ринках відповідно до концепції сталого розвитку, перспективні тренди щодо формування еко-орієнтованих споживчих та інвестиційних суспільних потреб (стор. 216–217 дисертації).

7. На увагу також заслуговує запропонований у роботі підхід до визначення рівня добросовісності маркетингової політики екологічно відповідального підприємства (с. 229–233 дисертації) шляхом оцінювання грінвошинг-індексу з урахуванням параметрів, оцінених за допомогою контент-аналізу, що визначають рівень сприйняття споживачами

дезорієнтувальної інформації про відповідність діяльності підприємства та його продукції принципам концепції сталого розвитку, реакцію стейкхолдерів на елементи недобросовісного просування та позиціонування товарів та послуг як еко-орієнтованих.

8. Авторкою поглиблено теоретико-методологічні основи структуризації підходів до оцінювання зеленого бренду компанії, шляхом виокремлення трьох ключових критеріальних ознак (стор. 277–278 дисертації): домінуючого елементу моделі формування бренду Brand-wheel (параметричний, результатний, емоційний, метод асоціацій); рівня сприйняття бренду (методи масштабування, інклюзії та компетенцій); об'єкту оцінювання (витратний, капіталізаційний, рейтинговий, ринковий, порівняльний).

9. Науковий та практичний інтерес становить запропонований у роботі конвергентний підхід до оцінювання рівня зеленого бренду підприємства (стор. 280–286 дисертації), який системно поєднує його фокусну та компаративну компоненти, дозволяє комплексно оцінити та врахувати системоутворюючі складові зеленого бренду (рівень задоволеності ним, рівень довіри до нього та його вартість), абсолютні та порівняльні переваги підприємства щодо ринкового позиціонування як еко-відповідального.

10. У роботі обґрунтовано та описано напрями взаємозв'язку зеленого бренду і зелених інвестицій (стор. 293–295 дисертації) шляхом поглиблення теоретичного базису дослідження зв'язку між маркетинговим та інвестиційним забезпеченням еко-відповідального бізнесу з використанням інструментарію Google Trends та системно-структурного аналізу.

11. Дисертанткою висунуто та емпірично підтверджено гіпотезу про вплив використання грінвошингу підприємствами на його зелений бренд (стор. 299–305 дисертації) шляхом розроблення комплексного підходу, який інтегрує контент-аналіз та метод PLS-PM з використанням граф-вимірjuвальних моделей формативного та рефлексивного типів, що дозволило обґрунтувати напрями зростання обсягів залучення зелених інвестицій та підвищення рівня довіри стейкхолдерів до еко-відповідальної компанії.

12. У дисертаційній роботі розвинуто теоретико-методологічне обґрунтування еколого-економічних ефектів від зростання обсягів зеленого інвестування шляхом розроблення науково-методичних засад визначення коінтеграційних взаємозв'язків між обсягом зелених інвестицій, економічною ефективністю функціонування підприємств та екологічними індикаторами, що ґрунтуються на модифікованому методі найменших квадратів (стор. 349–357 дисертації). Використання даного підходу дозволило врахувати наявні коінтеграційні зв'язки при формуванні ланцюгової комунікативної мережі взаємодії зі стейкхолдерами зелених інвестицій.

13. Заслужують також на увагу пропозиції авторки щодо удосконалення методичного інструментарію обґрунтування драйверів

розвитку маркетингу та менеджменту зелених інвестицій, який інтегрує методи головних компонент та агломераційної ієрархічної кластеризації (стор. 379–386 дисертації). Застосування даного інструментарію дозволило виокремити кластер країн, інструменти управлінського та маркетингового забезпечення зеленого інвестування яких рекомендовані для запровадження на вітчизняних підприємствах.

4. Теоретичне та практичне значення дисертаційної роботи

Теоретичне значення дисертаційної роботи полягає у: розробці нових та удосконалені існуючих наукового-методологічних положень щодо формування маркетингового та управлінського забезпечення зеленого інвестування; пропонуванні підходів до оцінювання рівня доброчесності маркетингової політики промоції зеленого бренда, управлінського та інституційного забезпечення зростання обсягів зеленого інвестування; створенні концепції ринку зелених інвестицій.

Практичне значення запропонованих дисертанткою методологічних положень та рекомендацій підтверджується можливістю їх використання у діяльності підприємств, галузевих асоціацій та спілок, органів державної та місцевої влади. Певні пропозиції дисертації вже впроваджено у діяльність підприємств та організацій, зокрема: щодо оцінювання конвергентних взаємозв'язків між обсягом зелених інвестицій, економічною ефективністю функціонування підприємства та екологічними індикаторами впроваджено у діяльність ТОВ «Сумський машинобудівний завод» (довідка № 11-1496 від 25.04.2019 р.); щодо формування механізмів взаємоузгодження інтересів стейкхолдерів підприємства у процесі зеленого інвестування – у діяльність ТОВ «Технохім» (довідка № 345 від 13.04.2019 р.); щодо оцінювання зеленого бренда компанії, розроблення стратегій зеленої промоції та інструментів зеленого маркетингу – у діяльність ВГО «Українська асоціація маркетингу» (довідка № 322/1.2 від 09.04.2019 р.); щодо оцінювання впливу грінвошингу на зелений бренд підприємства – в діяльність ТОВ «Турбомаш» (довідка № 417 від 05.04.2019 р.); щодо удосконалення інституційного забезпечення зеленого інвестування – у діяльність Сумського обласного регіонального відділення Спілки малих, середніх і приватизованих підприємств України (довідка № 3 від 18.03.2019 р.).

Крім того, результати дисертації використано у навчальному процесі Сумського державного університету під час викладання дисциплін «Екологічний маркетинг» та «Інвестиційна діяльність» (акт від 21.01.2019 р.), а також при реалізації міжнародного грантового проекту за програмою Жана Моне (Еразмус+) «Можливості та виклики торгівлі з ЄС для України» (573581-EPP-1-2016-1-UAERPMO-MODULE) та впровадженні його результатів у навчальний процес (акт від № 15 від 15.03.2019).

5. Повнота викладення основних результатів дисертації в опублікованих працях

Ознайомлення з дисертацією, авторефератом та науковими публікаціями Пімоненко Т. В. дозволяє зробити висновок, що основні положення дисертаційної роботи достатньо повно висвітлені в опублікованих за темою дисертації 52 наукових працях, загальним обсягом 46,55 д.а. (особисто авторці належить понад 37 д.а.), серед яких: 1 одноосібна монографія; розділи в 5 колективних монографіях; 21 стаття в наукових фахових виданнях України та 8 статей у наукових виданнях інших держав (з яких 26 – у виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз, у тому числі 10 – до баз Scopus та Web of Science); 17 публікацій у збірниках матеріалів конференцій (з яких 1 – у виданні, що входить до міжнародної наукометричної бази Web of Science).

В опублікованих наукових працях розкривається сутність та зміст положень, задекларованих авторкою як таких, що містять елементи наукової новизни. В дисертації Пімоненко Т. В. використано лише ті результати досліджень, які були отримані нею особисто. У публікаціях, виконаних у співавторстві, особистий внесок дисертантки відображено повною мірою. Кількість, обсяг і якість друкованих праць відповідають вимогам Міністерства освіти і науки України.

6. Зауваження та дискусійні положення

Визначаючи високий науковий рівень отриманих висновків та рекомендацій, слід зазначити окремі зауваження та положення, які мають рекомендаційний характер та є підставою для їх обговорення в дискусійному порядку:

1. У першому розділі дисертаційної роботи (стор. 69), наводячи соціо-еколого-економічні ефекти зеленого інвестування, авторка розділяє їх за типом та сферою прояву, виокремлюючи при цьому явні та латентні ефекти. Однак, робота значно б виграла, якщо було б більш детально описано механізм виявлення та економічного оцінювання латентних ефектів, що забезпечуються у ході реалізації проектів зеленого інвестування на підприємствах.

2. У роботі (стор. 112) запропоновано сформувати індивідуальні профайли стейкхолдерів зеленого інвестування, які розділено на три кластери. На нашу думку, доцільно було б навести та обґрунтувати методика кластеризації стейкхолдерів.

3. У третьому розділі роботи (стор. 229) авторкою запропоновано механізм оцінювання рівня доброчесності маркетингової політики компанії шляхом розрахунку грінвошинг-індексу методом контент-аналізу та моделі PLS-PM. При цьому робота значно б виграла, якщо б поряд із кількісним

оцінюванням авторка провела якісне оцінювання параметрів грінвошинг-індексу.

4. У четвертому розділі дисертації (стор. 284-286) авторкою при оцінюванні зеленого бренду запропоновано розраховувати вагові коефіцієнти для фокусної компоненти. Тут було б доцільним також проводити й зважування окремих складових композитних індикаторів: еко-орієнтованості операційної діяльності підприємства; інвестиційного забезпечення еко-модернізації компанії; відповідності діяльності компанії зеленим цілям. На нашу думку, така процедура забезпечить нівелювання диференційованого впливу параметрів на запропоновані композитні індикатори фокусної складової зеленого бренда.

5. В цілому, підтримуючи висновок дисертантки про необхідність розбудови зеленого фондового ринку для активізації залучення зелених інвестицій підприємствами (стор. 319), слід зауважити, що дана рекомендація не знайшла в роботі практичного продовження у вигляді чіткого механізму управління зеленими цінними паперами на підприємстві.

6. При практичній апробації запропонованих підходів до оцінювання грінвошинг-індексу (стор. 233-238), зеленого бренду (стор. 286-288) та їх взаємозв'язку (стор. 307-309) авторкою було обрано підприємства, які відрізняються за фінансово-економічними результатами діяльності, організаційно-правовою формою, рівнем конкурентоспроможності. На наш погляд, робота значно б виграла, якщо б дисертантка деталізувала принципи нівелювання різної масштабності зазначених характеристик.

7. Ряд зауважень стосується оформлення роботи, зокрема, в певних частинах дисертації після прізвищ авторів немає посилань на їх публікації (стор. 21) або некоректно оформлено деякі джерела літератури (стор. 398-456).

Однак, у цілому, слід зазначити, що наведені дискусійні моменти і висловлені зауваження не носять принципового характеру і не знижують загальної позитивної оцінки рівня виконання дисертаційної роботи Пімоненко Т. В.

7. Загальний висновок та її відповідність встановленим вимогам

Дисертаційна робота Пімоненко Тетяни Володимирівни на тему «Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій» є завершеною, самостійно виконаною науковою працею. Положення дисертаційної роботи містять наукову новизну та мають практичну цінність. У роботі на підставі проведених досліджень отримано результати, які є суттєвим авторським внеском у вирішення наукової проблеми, що виявляється в розвитку відомих і розроблення нових теоретико-методологічних підходів до формування системи маркетингу і менеджменту зелених інвестицій у контексті їх використання в процесі управління підприємствами.

Дисертаційна робота відповідає вимогам, що встановлені до дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Автореферат достатньою мірою висвітлює основні наукові і практичні положення дисертаційної роботи і не містить інформації, не розглянутої у роботі.

Основні положення дисертації доповідались на науково-практичних конференціях, опубліковані у наукових фахових виданнях, у т.ч. включених до міжнародних наукометричних баз, та у наукових періодичних виданнях інших держав за тематикою дисертаційного дослідження.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що дисертація та автореферат в цілому відповідають вимогам пунктів 9, 10, 12, 13, 14 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24 липня 2013 р. (зі змінами та доповненнями). Наведені у відгуку критичні зауваження не носять принципового характеру і не впливають на загальну високу оцінку дисертації.

Загалом дисертація на тему «Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій» заслуговує на позитивну оцінку, а її авторка, Пімоненко Тетяна Володимирівна, заслуговує на присудження наукового ступеня доктора економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Офіційний опонент:

Доктор економічних наук, професор,
проректор з науково-педагогічної роботи
Міжнародного гуманітарного університету
Міністерства освіти та науки України



Г. Гончарук