

## ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу  
Пімоненко Тетяни Володимирівни  
на тему: «Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій», подану до  
спеціалізованої вченої ради 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

Зростання екологічних ризиків обумовлює розвиток системи управління інвестиційними ресурсами підприємства з метою їх спрямування у зелені проекти та технології, що забезпечують зниження екодеструктивного впливу на навколишнє природне середовище. Об'єктивний конфлікт економічних та екологічних інтересів стейкхолдерів зеленого інвестування потребує відповідних комунікаційних механізмів їх узгодження. Підвищення ефективності своєї екоорієнтованої діяльності потребує залучення додаткових зелених інвестицій, при цьому потребує переорієнтації і система управління інвестиціями на підприємствах із урахуванням інтересів стейкхолдерів зеленого інвестування. У зв'язку з цим, актуальним є формування на вітчизняних підприємствах ефективної системи управління зеленими інвестиціями, синхронізації її із маркетинговою політикою промоції екоорієнтованої діяльності підприємства. З огляду на вищезазначене тематика дисертаційної роботи є актуальною та своєчасною.

### 2. Ступінь наукової розробленості проблеми.

Дисертаційна робота Пімоненко Т. В. виконана у рамках науково-дослідних тем Сумського державного університету. Так, пропозиції щодо врахування екологічних детермінант під час оцінювання брэнда країни ввійшли до звіту за темою «Форсайт-прогнозування стійкості національної економіки: від соціо-еколого-економічних протиріч до конвергентної моделі» (№ д/р 0117U003932); результати оцінювання впливу грінвошингу на рівень довіри до економічних суб'єктів ввійшли до звіту за темою «Економіко-математичне моделювання механізму відновлення суспільної довіри до фінансового сектору: запорука економічної безпеки України» (№ д/р 0117U003924); пропозиції щодо залучення зелених інвестицій у розвиток альтернативної енергетики ввійшли до звіту за темою «Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку відновлювальної енергетики України» (№ д/р 0117U002254). Слід зазначити, що дослідження відповідає також тематиці міжнародних наукових грантових проєктів, у реалізації яких дисертантка брала участь особисто. Так, під час виконання спільного україно-литовського наукового проєкту «Розробка

інституційних і економічних засад забезпечення сталого розвитку і «зеленої» економіки на регіональному рівні» (№ д/р 0116U007179) розроблено пропозиції щодо перспективних напрямів залучення зелених інвестицій у енергоефективні проекти. У рамках гранту від Швейцарського національного наукового фонду «Підвищення енергетичної безпеки шляхом швейцарсько-українсько-естонського інституційного партнерства» (SCOPES IZ74Z0\_160564) сформовано пропозиції щодо механізмів зеленого інвестування в реалізацію проектів енергоефективного будівництва, які використані при формуванні прикладних кейсів.

### **3. Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій.**

Наукові положення та висновки дослідження Пімоненко Тетяни Володимирівни засновані на ґрунтовному аналізі підходів до формування управлінського та маркетингового забезпечення зелених інвестицій на підприємствах. Основні положення дисертації, які містять наукову новизну, ґрунтуються на результатах узагальнення сучасних фундаментальних досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, нормативно-правових актів України тощо.

У роботі дисертанткою вдало поєднано традиційні і сучасні методи дослідження з використанням інструментів економіко-математичного моделювання, що підтверджує обґрунтованість та достовірність отриманих наукових положень, висновків і рекомендацій. Зокрема, використано наступні методи дослідження: логічного узагальнення та наукової абстракції, системно-структурного аналізу, дедукції, інструментарій Google Trends, агломераційної ієрархічної кластеризації Уорда, головних компонент, кореляційного аналізу, модифіковані методи найменших квадратів FMOLS та DOLS, контент-аналізу, метод Фішберна та модель PLS-PM.

На позитивну оцінку заслуговує використання авторкою сучасних світових баз даних для формування інформаційної бази дослідження: Bloomberg, SolAbility та National Brand, UNITCAD, Світового Банку, Організації економічного співробітництва і розвитку та інші. Використання програмного забезпечення Stata 12/SE та EViews10 підтверджує емпіричну обґрунтованість отриманих результатів дослідження при оцінюванні зеленого бренду, грінвошинг-індексу, визначенні коінтеграції між зеленими інвестиціями та досліджуваними параметрами.

Слід відмітити, що наукові положення дисертантки були апробовані у ході проходження міжнародних наукових стажувань за програмами академічної мобільності. Пімоненко Т. В. є стипендіаткою програми міжнародних наукових обмінів імені Фулбрайта (2019 р., США); програми 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) та ін.

#### **4. Повнота викладення основних результатів в опублікованих наукових працях.**

Основні положення дисертаційної роботи Пімоненко Т. В. достатньо висвітлені в опублікованих за темою дисертації 52 наукових працях, загальним обсягом 46,55 д.а. (особисто авторці належить 37,04 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).

Автореферат дисертаційної роботи відповідає вимогам Міністерства освіти і науки України та повною мірою відображає її основні положення.

В опублікованих наукових працях розкривається сутність та зміст положень, задекларованих дисертанткою як таких, що містять елементи наукової новизни. Характер видань і зміст опублікованих наукових праць відповідають вимогам МОН України щодо повноти висвітлення отриманих результатів дисертаційної роботи на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Слід відмітити, що дисертаційна робота відзначається логічністю, завершеністю, обґрунтованістю наукових положень та висновків. Вона містить достатню кількість рисунків та таблиць, що подано як безпосередньо в основній частині дисертації, так і винесено в додатки.

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

Узагальнюючі основні висновки і результати дисертаційного дослідження, а також особистий внесок дисертантки у вирішення обраної наукової проблеми щодо формування системи маркетингу і менеджменту зелених інвестицій на підприємствах, можна зазначити, що наукову новизну становлять такі положення дослідження:

*Вперше* розроблено конвергентний підхід до оцінювання рівня зеленого бранда підприємства, що інтегрує фокусне та компаративне оцінювання його складових. При цьому визначено, що фокусне оцінювання визначає рівень екоорієнтованості операційної діяльності, інвестиційного забезпечення екомодернізації та відповідності діяльності компанії зеленим цілям згідно з її публічною звітністю, а компаративне – прями економічні ефекти підприємств від його екоорієнтованого функціонування порівняно з конкурентами. Даний підхід дозволив комплексно врахувати базові складові

зеленого бренда, абсолютні та порівняльні переваги підприємства щодо ринкового позиціонування як ековідповідального (стор. 280–286 дисертації).

*Вперше* для оцінювання рівня доброчесності маркетингової політики ековідповідального підприємства запропоновано використовувати грінвошинг-індекс. Дисертанткою запропоновано використовувати систему параметрів, 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 екоорієнтованих. При цьому контент-аналіз дозволив кількісно оцінити якісні показники грінвошинг-індексу (стор. 229–233 дисертації).

*Вперше* висунуто та підтверджено гіпотезу щодо впливу рівня доброчесності екологоорієнтованої маркетингової політики підприємства на його зелений бренд. При цьому дисертанткою розроблено комплексний підхід, що ґрунтується на використанні контент-аналізу та методу PLS-PM. Застосування даного підходу сформувало базис для обґрунтування напрямів зростання обсягів залучення зелених інвестицій та підвищення рівня довіри стейкхолдерів до екоорієнтованої діяльності компанії (стор. 299–305 дисертації).

*Удосконалено* науково-методологічні основи структуризації підходів до визначення сутності поняття «зелені інвестиції» в залежності від таргету зеленого інвестування на підприємстві. Це дозволило виокремити такі підходи: технологічний (при якому інвестиції спрямовані на запобігання та ліквідацію забруднення); проектний (інвестиції спрямовані на впровадження проектів зелених інновацій та чистих технологій); фінансовий (інвестиції спрямовані на отримання прибутку від екоорієнтованої діяльності); конвергентний (інвестиції спрямовані на гармонізацію соціо-еколого-економічних ефектів); маркетинговий (інвестиції спрямовані на формування екологічної свідомості стейкхолдерів зеленого інвестування) (стор. 65-67 дисертації).

*Удосконалено* теоретико-методичне підґрунтя визначення соціо-еколого-економічного ефекту зеленого інвестування, що дозволило врахувати середньозважену вартість залученого капіталу підприємствами для реалізації проектів зелених інвестицій, екологічних податків та штрафів, економії всіх видів ресурсів і соціальних виплат унаслідок реалізації проектів зеленого інвестування, непрямих доходів від зелених інвестицій (стор. 158–159 дисертації).

*Удосконалено* науково-методологічні основи оцінювання коінтеграційних зв'язків між зростанням обсягів зелених інвестицій підприємницького сектору та еколого-економічними ефектами. Запропонований дисертанткою підхід відрізняється від існуючих поєднанням тесту Педроні та методу найменших квадратів для оцінювання коінтеграції. Використання даного підходу дозволило визначити напрями врахування виявлених коінтеграційних зв'язків при формуванні комунікативної мережі

взаємодії зі стейкхолдерами зеленого інвестування (стор. 349–357 дисертації).

*Удосконалено* науково-методичний інструментарій обґрунтування драйверів розвитку маркетингу та менеджменту зеленого інвестування на підприємствах, що інтегрує методи головних компонент та агломераційної ієрархічної кластеризації Уорда. Використання даного інструментарію дозволило визначити кластери країн-орієнтирів для формування дієвої системи інструментів менеджменту та маркетингу зелених інвестицій для активізації процесів зеленого інвестування на вітчизняних підприємствах (стор. 379–386 дисертації).

*Уточнено* сутність поняття «зелені інвестиції», яке запропоновано визначати як залучені майнові та інтелектуальні цінності у розвиток ресурсозберігаючих, екологобезпечних матеріальних й нематеріальних активів, заходи щодо формування еко-свідомого внутрішньокорпоративного та ринкового середовищ із метою одержання прямих і непрямих економічних, екологічних і соціальних ефектів. Даний підхід узгоджує маркетингові, управлінські, інституційні, фінансові та функціональні параметри зеленого інвестування (стор. 69-70 дисертації).

*Набуло подальшого розвитку* теоретико-методологічні основи маркетингу і менеджменту зелених інвестицій, що передбачає виокремлення напрямів синхронізації управлінського, маркетингового та інституційного забезпечення зеленого інвестування на підприємстві у контексті імплементації Цілей сталого розвитку в підприємницьку діяльність (стор. 80–82 дисертації).

*Набуло подальшого розвитку* система принципів управління зеленими інвестиціями, що доповнена додатково до існуючих специфічними принципами: колабораційності; дисемінації; конвергентності. Запропоновані принципи дозволили врахувати специфіку комунікації зі стейкхолдерами зеленого інвестування, ланцюгову реакцію появи прямих/непрямих соціальних, екологічних та економічних ефектів, комплементарність зелених інвестицій, конвергенцію цілей та способів реалізації зеленого інвестування (стор. 124–125 дисертації).

*Набуло подальшого розвитку* науково-методологічне підґрунтя формування комплексу та стратегій маркетингу, що дозволило описати основні складові концепції 8P маркетингу зелених інвестицій. Запропонований підхід дозволив авторці враховувати взаємозв'язок базових елементів зеленого і традиційного маркетингу, трансформаційні процеси на товарному, кредитному й фондовому ринках відповідно до концепції сталого розвитку. У рамках цього авторкою виокремлено імпактну, іміджеву і проактивну стратегії маркетингу зелених інвестицій (стор. 216–217 дисертації).

*Набули подальшого розвитку* теоретико-методологічні основи дослідження комплементарності маркетингового та інвестиційного забезпечення екоорієнтованого функціонування підприємства, що ґрунтується на інтеграції інструментарію Google Trends та системно-

структурного аналізу. Це сформувало передумови для ідентифікації напрямів суб'єктно-об'єктного взаємозв'язку зеленого бренда підприємства і зелених інвестицій (стор. 293–295 дисертації).

*Набули подальшого розвитку* науково-методологічні положення структуризації підходів до оцінювання зеленого бренда підприємства. Авторкою запропоновано підходи до оцінювання структурувати у три групи в залежності від: домінуючого елемента моделі формування бренда колеса бренда – параметричний, результатний, емоційний, метод асоціацій; рівня сприйняття бренда – методи масштабування, інклюзії та компетенцій; об'єкта оцінювання – витратний, капіталізаційний, рейтинговий, ринковий, порівняльний (стор. 277–278 дисертації).

## **6. Теоретичне та практичне значення результатів дисертаційної роботи.**

Наукова значущість отриманих результатів обумовлена можливістю широкого застосування розроблених в дисертації теоретико-методологічних підходів як у проведенні подальших досліджень, так і у практичній діяльності. Отримані результати роботи спрямовані на вирішення важливої науково-практичної проблеми, що виявляється у розвитку теоретико-методологічних засад управлінського та маркетингового забезпечення зеленого інвестування на підприємствах. Наукові положення дисертаційної роботи відповідають визначеним завданням резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», Плану дій: фінансування сталого розвитку; Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» (затвердженої Указом Президента України № 5/201 від 12.01.2015 р.) тощо.

На рівні підприємств знайшли своє впровадження такі пропозиції дисертантки:

- щодо оцінювання конвергентних взаємозв'язків між обсягом зелених інвестицій, економічною ефективністю функціонування підприємства та екологічними індикаторами – в діяльності ТОВ «Сумський машинобудівний завод» (довідка № 11-1496 від 25.04.2019 р.);
- щодо формування механізмів взаємоузгодження інтересів стейкхолдерів підприємства у процесі зеленого інвестування – в діяльності ТОВ «Техноім» (довідка № 345 від 13.04.2019 р.);
- щодо оцінювання впливу грінвошингу на зелений бренд підприємства – в діяльності ТОВ «Турбомаш» (довідка № 417 від 05.04.2019 р.).

На рівні громадських та професійних організацій впроваджено такі результати роботи:

- щодо оцінювання зеленого бренда компанії, розроблення стратегій зеленої промоції та інструментів зеленого маркетингу – в діяльності ВГО «Українська асоціація маркетингу» (довідка № 322/1.2 від 09.04.2019 р.);

- щодо вдосконалення інституційного забезпечення зеленого інвестування – в діяльності Сумського обласного регіонального відділення Спілки малих, середніх і приватизованих підприємств України (довідка № 3 від 18.03.2019 р.).

Окремі наукові результати використано в 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 р.).

### **7. Дискусійні положення та недоліки дисертаційної роботи.**

Даючи позитивну оцінку науковим здобуткам дисертантки, слід виокремити певні дискусійні положення, що мають місце в дисертаційній роботі:

1. На сторінках 158-159 дисертації та 11 автореферату дисертанткою запропоновано науково-методичний підхід до оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту зеленого інвестування на основі розрахунку середньозваженої вартості залученого капіталу підприємствами для реалізації проектів зелених інвестицій, екологічних податків та штрафів, економії всіх видів ресурсів і соціальних виплат унаслідок реалізації проектів зеленого інвестування, непрямих доходів від зелених інвестицій. При цьому, на нашу думку, дисертаційна робота значно б виграла, якщо б авторка навела межі та шкалу оцінювання розрахованого соціо-еколого-економічного ефекту зеленого інвестування для прийняття інвестиційних рішень.

2. Дискусійним, на наш погляд, є виокремлення та опис авторкою основних складових концепції 8P маркетингу зелених інвестицій, оскільки базовою вважається маркетингова концепція 4P, яка наразі еволюціонувала у ряд модифікованих концепцій, наприклад 7P, 12P тощо. На нашу думку, робота значно б виграла, якщо б авторка більш детально обґрунтувала вибір складових концепції 8P (стор. 216–217 дисертації).

3. Визнаючи проблему існування грінвошингу та необхідність розроблення методів виявлення та оцінювання ступеня грінвошингу, слід схвально оцінити розроблені авторкою методологічні засади оцінювання грінвошинг-індексу як індикатора доброчесності маркетингової політики ековідповідального підприємства (стор. 15 автореферату та стор. 229–233 дисертації). У той же час, на нашу думку, існують певні застереження, які слід враховувати при практичній реалізації зазначеного підходу. Зокрема, визначаючи на першому етапі явні змінні, авторка орієнтується виключно на інформацію, представлену на сайті компанії. На нашу думку, нехтування інформацією з незалежних джерел робить оцінку досить суб'єктивною (залежною від професійного судження експерта, який прийматиме рішення

щодо викривлення інформації на сайті) і залишає можливість для маніпуляцій з боку компаній.

4. При розкритті наукових засад та результатів інтегрального оцінювання зеленого бранда підприємства за конвергентним підходом (стор. 17–18 автореферату та стор. 280–286 дисертації), параметри компаративної компоненти зеленого бранда авторкою запропоновано визначати як відхилення від нормалізованих середніх значень у вибірці. На наш погляд, доцільно було уточнити відмінності авторського підходу від класичних моделей конвергенції, а саме: абсолютної, відносної, сигма та стохастичної конвергенції.

5. У роботі авторкою запропоновано проводити інтегральне оцінювання рівня зеленого бранда підприємства за конвергентним підходом (стор. 287–288 дисертації). Апробацію даного підходу здійснено на прикладі трьох підприємств на основі даних їх діяльності у період з 2014–2017 рр. На наш погляд, обґрунтованість отриманих результатів була б вищою за умови вибору тривалішого періоду для аналізу.

6. На нашу точку зору, робота значно б виграла, якщо б при проведенні кластеризації країн у контексті визначення драйверів розвитку інструментарію маркетингу та менеджменту зелених інвестицій (стор. 24 автореферату та 379–386 дисертації), було б проаналізовано саме перший кластер, до якого увійшла Україна. Зокрема, обрані країни (Угорщина, Словаччина, Словенія, Латвією, Литва, Португалія, Естонія, Фінляндія, Італія) суттєво відрізняються рівнем свого економічного та соціального розвитку, а підприємства цих країн використовують різні практики зеленого інвестування. Впровадження у практику вітчизняних підприємств прогресивних інструментів управління та промоції зеленого інвестування, що використовуються на підприємствах зазначених країн, дозволило б отримати додаткові явні та неявні ефекти.

Зауважимо, що визначені рекомендації та дискусійні положення не применшують високий науково-теоретичний та прикладний рівень проведеного дисертанткою дослідження.

#### **8. Загальна оцінка дисертації та її відповідність встановленим вимогам Міністерства освіти і науки України.**

Дисертація Пімоненко Тетяни Володимирівни на тему «Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій», подана на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) є самостійним, логічним, цілісним, завершеним науковим дослідженням у межах поставлених завдань. Представлені в роботі наукові положення та результати є авторським розв'язанням наукової проблеми, що виявляється у розробленні науково-методологічних засад маркетингу і менеджменту



зелених інвестицій у контексті їх використання в процесі управління підприємствами.


Логіко-структурна побудова дисертації демонструє володіння авторкою методологією економічного дослідження, забезпечує доступність сприйняття викладеного матеріалу. Наукові результати дисертаційного дослідження 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 з тематики дисертаційного дослідження. Всі положення, які винесено на захист, мають наукову новизну, їх рівень («вперше», «набули подальшого розвитку», «удосконалено») визначено коректно. Структура й обсяг роботи відповідають встановленим вимогам.

Тема і зміст дисертаційної роботи відповідають паспорту спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) і профілю спеціалізованої вченої ради Д 55.051.01 у Сумському державному університеті.

Дисертаційна робота та автореферат Пімоненко Т.В. відповідає вимогам п. 9, 10, 12, 13, 14 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24 липня 2013 року (зі змінами), 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, доцент,  
завідувач кафедри підприємництва  
та маркетингу Івано-Франківського  
національного технічного університету  
нафти і газу**



Підпис(и) *Т. В. Первозова*

посвідчую  
Учений секретар ІФНТУНГ *Ю. М. Марчук*

«    »    20 *19* р.

**І. В. Первозова**