

**ВІДГУК**

офіційного опонента

докторки економічних наук, професорки

Михайлової Любов Іванівни

на дисертаційну роботу Чигрин Олени Юріївни

на тему: «Маркетингові детермінанти управління зеленою

конкурентоспроможністю підприємств», яку подано до захисту у

спеціалізовану вчену раду 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***

Імплементация «Глобальних цілей сталого розвитку 2030» актуалізує необхідність прискорення динамічних процесів зміни традиційних підходів ведення господарської діяльності на користь екологічно орієнтованих та відповідальних. Трансформація суспільно-економічної парадигми в бік зеленої економіки потребує формування теоретико-методологічного забезпечення формування зелених конкурентних переваг підприємств. Відповідне вимагає від бізнесу побудови дієвих механізмів забезпечення зеленої конкурентоспроможності підприємств, які повинні враховувати екологічні цінності та інтереси стейкхолдерів, формувати екологічний бренд підприємств, використовувати сучасні маркетингові канали комунікації, забезпечувати транспарентність та доступність інформації про процеси екологічно орієнтованої господарської діяльності. Існуючі соціально-економічні та політичні конфлікти призводять до зниження інвестиційної привабливості бізнес-сектору та окремих галузей в цілому, а традиційні підходи та шляхи маркетингових комунікацій зі стейкхолдерами не забезпечують отримання ними релевантної інформації про екологічно орієнтовану діяльність підприємства, знижуючи його конкурентні позиції на ринку.

Все це обумовлює необхідність формування теоретико-методологічного базису забезпечення зеленої конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у контексті їх сталого розвитку. З огляду на все вище зазначене, дисертація О. Ю. Чигрин є актуальною та має важливе теоретико-прикладне 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 Чигрин О. Ю. 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, теорії стейкхолдерів, економіки підприємства, економіки природокористування, наукових праць щодо маркетингового забезпечення зелених конкурентних переваг підприємств.

При проведенні досліджень дисертанткою використано нормативно-правові та законодавчі документи України, статистичну та аналітичну інформацію Світового банку та Організації економічного співробітництва і розвитку, огляди міжнародних агенцій, первинну документацію й інформацію з офіційних веб-ресурсів підприємств.

Отримані наукові результати дисертаційної роботи засновані на таких загальноновизнаних та сучасних методах дослідження, як: логічне узагальнення та наукова абстракція, дедукція, системний, кореляційний та параметрично-ентропійний аналізи, каплінг-метод, аналіз часових рядів та авторегресійного інтегрованого моделювання (ARIMA), модель PLS-SEM, когнітивне моделювання. Емпіричні розрахунки здійснено з використанням програмних продуктів Stata 12/SE та EViews10, бібліометричний аналіз – інструментарію VOSviewer v.1.6.10, трендовий аналіз – інструментарію Google Trends, Google Analytics, семантичний аналіз – Google Ads, SemRush, Serpstat.

На увагу заслуговує використання у дослідженні системного підходу при вирішенні поставлених завдань щодо формування зеленої конкурентоспроможності підприємств, логічна побудова системи маркетингового забезпечення їх зелених конкурентних переваг. Запропоновані дисертанткою висновки та рекомендації, є достовірними, що підтверджується відповідними актами та довідками про впровадження.

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. При цьому 8 наукових праць опубліковано у виданнях, які входять до міжнародних наукометричних баз даних Scopus та Web of Science.

Дисертаційна робота узгоджується з темами наукових досліджень Сумського державного університету, зокрема: за темою «Каузальне моделювання колаборації стейкхолдерів при чистому виробництві: узгодження соціо-еколого-економічних протиріч» (№ д/р 0119U101860) увійшли пропозиції щодо формування інструментарію оцінювання зеленої конкурентоспроможності підприємств з урахуванням маркетингових

детермінант; за темою «Моделювання механізмів мінімізації розривів енергоефективності в контексті Цілей сталого розвитку: комунікативна мережа взаємодії стейкхолдерів» (№ д/р 0120U102002) – щодо формування комунікативних каналів взаємодії стейкхолдерів зеленої конкурентоспроможності підприємств.

На увагу заслуговує те, що дисертаційне дослідження відповідає тематиці міжнародних наукових грантових проєктів, у реалізації яких дисертантка брала участь особисто, зокрема, в межах 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 формування маркетингового інструментарію просування зеленої конкурентоспроможності підприємств.

### ***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-методологічного підґрунтя зеленої конкурентоспроможності дисертантка здійснила шляхом обґрунтування її взаємозв'язку з концепціями сталого розвитку, екологізації підприємницького сектору, зеленої економіки та зеленого маркетингу (стор. 34-65 дисертації). Це дозволило описати основні етапи еволюції теорії зеленої конкурентоспроможності підприємств: 1) пов'язаний з традиційним розумінням конкурентоспроможності, її глобальним вимірюванням, розвитком процесів екологізації господарської діяльності; 2) пов'язаний з екологізацією підприємницької діяльності та розвитком зеленої економіки; 3) пов'язаний з аналізом конкурентоспроможності в контексті стратегій зеленого маркетингу; 4) пов'язаний із формуванням безпосередньо концепції зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 34-65 дисертації).

2. Науковий та практичний інтерес мають пропозиції дисертантки щодо ролі груп маркетингових детермінант при забезпеченні зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 70-86 дисертації). Застосування інструментарію Google Analytics (для побудови семантичного ядра пошукових запитів) та Google Trends (для трендового аналізу комерційної та наукової аналітики за пошуковими запитами) дозволило виокремити групи детермінант: сталого стратегічного розвитку, медіаінформаційні, таргетованого зеленого маркетингу. Окрім цього, системне поєднання інструментарію кореляційного аналізу, методу згладжування та фільтрації часових рядів інформаційно-комерційної та наукової аналітики за пошуковими запитами з питань зеленої конкурентоспроможності підприємств дозволило виявити три різновекторні тенденції їх формування.

3. У роботі поглиблено теоретичні засади визначення маркерів зелених конкурентних переваг підприємства (екологізація господарської діяльності, система маркетингових інструментів забезпечення зеленої конкурентоспроможності підприємства, внутрішньо-господарська екологічно-орієнтована нормативна база, інклюзія стейкхолдерів та зелена інфраструктура). Це дозволило структурувати підходи до розуміння сутності та змісту зеленої конкурентоспроможності підприємств: процесно-товарний, маркетингово-аналітичний, регуляторно-організаційний, стейкхолдерсько-інфраструктурний (стор. 152-154 дисертації).

4. Інтегральне поєднання теорій конкурентоспроможності, зеленої економіки та її цифровізації дозволило уточнити авторці сутність зеленої конкурентоспроможності підприємств як їх здатність формувати та ефективно використовувати зелені конкурентні переваги (екологізацію бізнес-процесів, інструменти зеленого маркетингу та менеджменту, екологічно орієнтовану нормативну базу, інклюзію стейкхолдерів, зелену інфраструктуру), їх конвергентні та комплементарні ефекти, що забезпечують сталий розвиток підприємств, розширення позиціонування підприємства на ринку, підвищення інвестиційної привабливості та капіталізації, формування екологічного бренду (стор. 134 дисертації).

5. У роботі обґрунтовано, що концепцію формування зеленої конкурентоспроможності підприємств необхідно будувати на інтегральному поєднанні принципів дисемінації, транспарентності, конвергенції, адаптивності, превентивності та системності з урахуванням глобального, секторально-галузевого, регіонально-територіального, підприємницького рівнів прояву зелених конкурентних переваг. Це дозволило виокремити стратегії та моделі поведінки підприємств, що забезпечують конвергенцію та комплементарність ефектів їх зеленої конкурентоспроможності (стор. 152-155 дисертації).

6. Заслуговують на увагу запропоновані дисертанткою підходи до оцінювання зеленої конкурентоспроможності підприємств, які системно поєднують дві критеріальні ознаки об'єкт порівняння та домінуючий елемент моделі оцінювання (стор. 184-200 дисертації). Це дозволило виокремити динамічно-рейтинговий, декомпозиційно-конверсійний, кластерно-структурний, фрактально-компаративний, параметрично-ентропійний види аналізу. При цьому за основу в роботі було використано параметрично-ентропійний підхід, який найбільш урахує еталонні значення індикаторів зеленої конкурентоспроможності підприємств та дозволяє елімінувати суб'єктивний характер оцінювання.

7. Позитивно слід відмітити авторські пропозиції щодо оцінювання рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 205-217 дисертації) на основі таксонометричного підходу інтегрального поєднання нормалізованих значень індикаторів економічної, екологічної, соціальної, маркетингової, корпоративної складових зеленої конкурентоспроможності підприємств. Це створило передумови для формування та реалізації стратегії

зеленої конкурентоспроможності підприємств у контексті забезпечення їх сталого розвитку.

8. Дисертанткою у роботі розроблено науково-методологічний підхід до обґрунтування тенденцій змін рівня координації й зв'язку між складовими зеленої конкурентоспроможності підприємств, що здійснено на основі системного поєднання координаційної каплінг-моделі та кореляційного аналізу (стор. 218-229 дисертації). Це дозволило підвередити гіпотезу про взаємозв'язок між рівнями інтегрального індексу зеленої конкурентоспроможності та каплінгу її складових, визначити основні маркетингові детермінанти її підвищення.

9. Заслуговує на увагу запропонований дисертанткою теоретико-методичний підхід до сценарного прогнозування трансформації інтегрального рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 242-250 дисертації). Цей підхід відрізняється від існуючих використанням інструментарію авторегресійного інтегрованого моделювання нелінійним методом найменших квадратів, що дозволяє визначити цільові індикатори забезпечення зеленої конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі.

10. Доцільним, з точки зору вирішення наукового завдання дисертаційної роботи, є запропоноване авторкою методологічний інструментарій формалізації системи якісних характеристик цифрових та традиційних маркетингових каналів комунікації зі стейкхолдерами підприємств для підвищення їх зеленої конкурентоспроможності, що базується на використанні інструментарію структурного моделювання (стор. 288-296 дисертації). Це дозволило емпірично визначити вплив інтеграції стейкхолдерів при управлінні підприємством на його зелену конкурентоспроможність.

11. Авторкою обґрунтовано, що формування стратегії комунікації зі стейкхолдерами підприємств, з метою забезпечення їх зеленої конкурентоспроможності, повинно базуватись на омніканальному підході. Для цього запропоновано методологічний інструментарій обґрунтування критеріїв якості маркетингових каналів комунікації, що базується на критеріях Стьюдента, тестів Шапіро-Вілка та Левена (стор. 323, 328-340 дисертації). Це дозволило обґрунтувати чотири параметри якості маркетингових каналів комунікації: швидкість завантаження сторінок, показник відмов, проведення іміджевих та ремаркетингових заходів.

12. Теоретико-прикладний інтерес становить емпіричне обґрунтування патернів підвищення зеленої конкурентоспроможності підприємств залежно від характеру причинно-наслідкових зв'язків між критеріями якості маркетингових каналів комунікації та інтегральним рівнем зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 354-357 дисертації). Даний підхід відрізняється від існуючих системним поєднанням когнітивного та регресійного моделювання.

#### ***4. Теоретичне та практичне значення дисертаційної роботи***

Теоретичне значення дисертаційної роботи полягає у розробленні нових та удосконаленні існуючих науково-методологічних положень формування маркетингового забезпечення зеленої конкурентоспроможності підприємств, розробленні підходів до оцінювання інтегрального рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств та рівня капінгу її складових, прогнозуванні тенденцій трансформації зеленої конкурентоспроможності тощо.

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 впроваджено у діяльність підприємств та організацій, зокрема: щодо визначення оптимальних шляхів комунікації стейкхолдерів зеленої конкурентоспроможності підприємств, обґрунтування маркетингової політики та формування системи заходів взаємодії зі стейкхолдерами впроваджено в діяльність ТОВ «Сумський машинобудівний завод» (довідка № 09-321 від 08.09.2020 р.); щодо оцінювання екологічно орієнтованих конкурентних переваг підприємства під час формування маркетингової стратегії його розвитку та конкретизації інструментів забезпечення його ринкових конкурентних позицій – у діяльність ТОВ «Технохім» (довідка № 345 від 13.09.2020 р.); щодо обґрунтування ролі критеріїв якості маркетингових каналів комунікації під час формування зеленої конкурентоспроможності підприємств – у діяльність ВГО «Українська асоціація маркетингу» (довідка № 12 від 10.09.2020 р.); щодо забезпечення екологічно орієнтованої діяльності підприємств різних форм господарювання – у діяльність Департаменту захисту довкілля та енергетики (довідка № 01-20/726 від 28.05.2020 р.); щодо визначення детермінант формування системи заходів маркетингового та управлінського забезпечення зеленої конкурентоспроможності підприємств – у діяльність ТОВ «Турбомаш» (довідка № 60 від 05.06.2020 р.); щодо вдосконалення маркетингової інструментарію комунікацій зі стейкхолдерами – у діяльність Сумського обласного регіонального відділення Спілки малих, середніх і приватизованих підприємств України (довідка № 7 від 07.09.2020 р.).

Крім того, результати дисертації використано у навчальному процесі Сумського державного університету під час викладання дисциплін: «Економіка ресурсозбереження», «Екологічний маркетинг» (акт від 22.05.2020 р.), а також під час реалізації міжнародного грантового проекту за програмою Жана Моне (Еразмус+) «Економіка ЄС без вуглецю: найкращі практики для України» (620232-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE) та впровадження його результатів у навчальний процес (акт № 1 від 20.11.2020).

## **5. Повнота викладення основних результатів дисертації в опублікованих працях**

Ознайомлення з дисертацією, авторефератом та науковими публікаціями Чигрин О.Ю. дозволяє зробити висновок, що основні положення дисертаційної роботи достатньо повно висвітлені в опублікованих за темою дисертації 50 наукових працях загальним обсягом 29,25 друк. арк., із яких особисто авторці належить 18,29 друк. арк., зокрема, розділи у 8 колективних монографіях, 21 стаття в наукових фахових виданнях України та 5 статей у наукових виданнях інших держав (із яких 26 – у виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз, зокрема 8 – до баз даних Scopus та/або Web of Science), 16 публікацій у збірниках матеріалів конференцій (із яких 1 індексується міжнародною наукометричною базою Web of Science).

В опублікованих наукових працях розкривається сутність та зміст положень, задекларованих авторкою як таких, що містять елементи наукової новизни. У дисертації Чигрин О. Ю. 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 авторкою запропоновано концептуальний підхід щодо визначення ролі маркетингових детермінант при дослідженні поняття зеленої конкурентоспроможності підприємств шляхом застосування методу згладжування часових рядів, інструментарію трендового та кореляційного аналізів. Графічне представлення отриманих результатів свідчить про різний характер динаміки даних інформаційно-комерційної та наукової аналітики за пошуковими запитамі (стор. 73-80 дисертації; рис. 2 стор. 9 автореф.). На нашу думку, доцільно було б навести розгорнуте пояснення відповідних тенденцій.

2. В рамках формування концептуальних засад зеленої конкурентоспроможності підприємств авторка виокремлює принципи дисемінації, транспарентності, превентивності, конвергенції, адаптивності та системності (стор. 154-156 дисертації; рис. 3 стор. 12-13 автореф.). З огляду на розкритий зміст даних принципів, доцільним було б розподілити їх на принципи загального і специфічного характеру.

3. Характеризуючи підходи до кількісного оцінювання інтегрального рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств, авторка наголошує на недоліках кожного з них (стор. 205-207 дисертації; стор. 15 автореф.). Проте для параметрично-ентропійного підходу, який було взято за основу при оцінюванні в роботі, не наводяться недоліки та обмеження у застосуванні.

4. У цілому позитивно оцінюючи висновок авторки про необхідність оцінювання інтегрального рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств та запропоновану методологію оцінювання, необхідно зауважити, що доцільно, також, було навести ціннісну шкалу для визначення діапазону, до якого відносяться аналізовані підприємства (стор. 208-217 дисертації; рис. 4 стор. 16 автореф.).

5. Заслуговує на увагу запропонований авторкою методичний підхід до визначення впливу рівня інтеграції стейкхолдерів у систему управління підприємством на його зелену конкурентоспроможність (стор. 289-296 дисертації; рис. 8 стор. 21 автореф.). Проте, додаткової аргументації потребує запропонований набір явних змінних, а саме: рівень персоналізації комунікацій зі стейкхолдерами, рівень обізнаності менеджменту про інтереси та цінності стейкхолдерів, досвід співпраці в минулому зі стейкхолдерами, можливість надання рекомендацій стейкхолдерами під час ухвалення рішень, практика врегулювання конфліктів стейкхолдерів.

6. При практичній апробації методології визначення параметрів якості маркетингових каналів комунікації при підвищенні рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств доцільно було б сформулювати узагальнені рекомендації для підприємств різних форм господарювання та видів економічної діяльності, зокрема, і для аграрного сектору країни, в яких проблема формування зеленої конкурентоспроможності є вкрай нагальною (стор. 332-340 дисертації; стор. 24-25 автореф.).

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 Чигрин О.Ю.

### ***7. Загальний висновок та її відповідність встановленим вимогам***

Дисертаційна робота Чигрин Олени Юріївни на тему «Маркетингові детермінанти управління зеленою конкурентоспроможністю» 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 розробленні нових теоретико-методологічних підходів до формування системи маркетингового забезпечення зеленої конкурентоспроможності в 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 «Маркетингові детермінанти управління зеленою конкурентоспроможністю» заслуговує на позитивну оцінку, а її авторка, Чигрин Олена Юріївна, 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,  
Заслужений працівник освіти України,  
професор кафедри менеджменту  
Сумського національного аграрного  
університету



**Л. І. Михайлова**

**Вчений секретар Сумського НАУ**  
доктор економічних наук, професор



**М.О. Лишенко**