

## **ВІДГУК**

офіційного опонента на дисертаційну роботу

Чигрин Олени Юріївни

на тему: «Маркетингові детермінанти управління зеленою конкурентоспроможністю», 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**

Конкурентоспроможність підприємств в умовах глобальних суспільно-економічних трансформацій, обумовлених прийняттям Декларації тисячоліття ООН, імплементацією Цілей сталого розвитку-2030, діджиталізацією економіки відповідно до концепції «Індустрія 4.0», розвитком альтернативної енергетики та конвергентними процесами на світових ринках визначається значною кількістю детермінант, серед яких екологізація виробничих та комерційних процесів підприємств посідає значне місце. В умовах зміни моделей поведінки суб'єктів господарювання в напрямку забезпечення сталого розвитку актуальності набуває формування теоретико-методологічних засад забезпечення зеленої конкурентоспроможності підприємств різних видів економічної діяльності. При цьому поняття зеленої конкурентоспроможності повинно досліджуватись системно та комплексно у взаємозв'язку з маркетинговими детермінантами його забезпечення. З огляду на вищезазначене тематика дисертаційної роботи є актуальною та своєчасною.

### **2. Ступінь наукової розробленості проблеми**

Дисертаційна робота Чигрин О. Ю. виконана у рамках науково-дослідних тем Сумського державного університету. Так, зокрема, до звіту 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.

Крім того, дослідження відповідає тематиці міжнародних наукових грантових проєктів, у реалізації яких дисертантка особисто брала участь. Так, 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 забезпечення зелених конкурентних переваг.

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

Наукові положення та висновки дослідження Чигрин Олени Юріївни засновані на ґрунтовному аналізі підходів до формування маркетингового забезпечення зелених конкурентних переваг підприємств. Основні положення дисертації, які містять наукову новизну, ґрунтуються на результатах узагальнення сучасних фундаментальних досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, нормативно-правових актів України тощо.

Вдале поєднання у дисертаційній роботі традиційних і сучасних методів дослідження з використанням інструментарію бібліометричного аналізу та економіко-математичного моделювання підтверджує обґрунтованість та достовірність отриманих наукових положень, висновків і рекомендацій. Зокрема, було використано такі методи дослідження: 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.

На позитивну оцінку заслуговує використання авторкою інструментарію бібліометричного аналізу (VOSviewer v.1.6.10), трендового аналізу (Google Trends, Google Analytics), семантичного аналізу (Google Ads, SemRush, Serpstat) та економіко-математичного моделювання (Stata 12/SE, EViews 10), що підтверджує емпіричну обґрунтованість отриманих результатів дослідження під час вивчення закономірностей розвитку зеленої конкурентоспроможності підприємств, оцінюванні її інтегрального рівня та ступеню узгодженості головних складових, прогнозуванні рівня зеленої конкурентоспроможності, під час обґрунтування релевантних критеріїв відбору маркетингових каналів комунікації, формалізації причинно-наслідкових зв'язків між релевантними маркетинговими каналами комунікації та рівнем зеленої конкурентоспроможності підприємств.

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

Основні результати дисертаційної роботи Чигрин О.Ю. широко 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).

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 маркетингового забезпечення управління зеленою конкурентоспроможністю підприємств, можна зазначити, що наукову новизну становлять такі положення дослідження.

1. Вперше розроблено теоретико-методологічне підґрунтя комплексного оцінювання інтегрального рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств, яке запропоновано використовувати на базі таксонометричного аналізу нормалізованих значень індикаторів – головних складових зеленої конкурентоспроможності (економічної, екологічної, соціальної, маркетингової, корпоративної). При цьому вагові коефіцієнти кожної складової зеленої конкурентоспроможності визначаються ентропійним методом. Такий підхід дозволив елімінувати суб'єктивний характер оцінювання та забезпечив врахування еталонних значення індикаторів зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 205-210 дисертації).

2. Вперше для обґрунтування взаємозв'язку між інтегральним рівнем зеленої конкурентоспроможності і рівнем каплінгу її складових запропоновано використовувати координаційну каплінг-модель та інструментарій кореляційного аналізу. Здійснено порівняння тенденцій змін рівня каплінгу економічної, екологічної, соціальної, маркетингової, корпоративної складових зеленої конкурентоспроможності підприємств, виявлено його вплив на інтегральний індекс зеленої конкурентоспроможності та визначено основні детермінанти її підвищення (стор. 218-227 дисертації).

3. Вперше із застосуванням рефлексивно-формативного моделювання (інструментарій структурного моделювання PLS-SEM) сформовано методологічний базис визначення впливу рівня інтеграції стейкхолдерів у систему управління підприємством на інтегральний рівень його зеленої конкурентоспроможності. У якості явних змінних обрано рівень персоналізації комунікацій зі стейкхолдерами, обізнаність менеджменту, досвід співпраці, консультування, урегулювання конфліктів. Це дозволило формалізувати систему якісних характеристик відбору релевантних маркетингових каналів комунікації взаємодії зі стейкхолдерами зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 288-296 дисертації).

4. Удосконалено теоретичне підґрунтя типологізації підходів до визначення сутності та змісту зеленої конкурентоспроможності підприємств. Це дозволило виокремити маркери зелених конкурентних переваг підприємств (екологізація господарської діяльності, система маркетингових інструментів забезпечення зеленої конкурентоспроможності, внутрішньо-господарська екологічно-орієнтована нормативна база, інклюзія стейкхолдерів та зелена інфраструктура) та структурувати підходи до трактування змісту зеленої конкурентоспроможності підприємств (процесно-товарний, маркетингово-аналітичний, регуляторно-організаційний, стейкхолдерсько-інфраструктурний) (стор. 151-155 дисертації).

5. Розвинуто теоретичне підґрунтя формування зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 157-158 дисертації), яке відрізняється від існуючих комплексним врахуванням базових принципів зеленої конкурентоспроможності підприємств (дисемінації, транспарентності, конвергенції, адаптивності, превентивності, системності), її видів (глобальна, секторально-галузева, регіонально-територіальна, підприємницька), стратегій та моделей поведінки підприємства (одновимірна, дуальна, триумвіратна), етапів формування зелених конкурентних переваг підприємств.

6. Удосконалено теоретико-методичні засади прогнозування рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 240-250 дисертації). Дисертанткою розроблено комплексний підхід, який ґрунтується на використанні авторегресійного інтегрованого моделювання нелінійним методом найменших квадратів. Даний підхід дозволив визначити головні вектори трансформації діяльності підприємств, описати маркетингові детермінанти та цільові орієнтири підвищення рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств.

7. Удосконалено методологічний інструментарій оцінювання значущої збіжності між інтегральним рівнем зеленої конкурентоспроможності та параметрами якості маркетингових каналів комунікації з використанням статистичного аналізу (стор. 336-341 дисертації). Це дозволило виокремити такі їх релевантні характеристики: швидкість завантаження сторінок, показник відмов, проведення іміджевих та ремаркетингових заходів.

8. Удосконалено методологію визначення причинно-наслідкових зв'язків між релевантними характеристиками маркетингових каналів комунікації та інтегральним рівнем зеленої конкурентоспроможності

підприємств. Запропонований підхід відрізняється від існуючих використанням когнітивного моделювання та регресійного аналізу. Застосування такого підходу дозволило кількісно описати силу та характер взаємовпливу між досліджуваними параметрами та емпірично підтвердити доцільність комплексного поєднання традиційних та цифрових каналів комунікації стейкхолдерів під час формування зеленої конкурентоспроможності підприємства (стор. 354-357 дисертації).

9. Набули подальшого розвитку теоретичні засади дослідження еволюції та виявлення закономірностей під час формування теорії зеленої конкурентоспроможності підприємств на базі використання бібліометричного аналізу наукових публікацій, які індексуються наукометричними базами даних Scopus та Web of Science. Запропонований підхід дозволив визначити та описати домінуючі еволюційно-часові тенденції розвитку теорії зеленої конкурентоспроможності підприємств у взаємозв'язку з концепціями сталого розвитку, екологізації підприємницького сектору, зеленої економіки та зеленого маркетингу (стор. 38-70 дисертації).

10. Набули подальшого розвитку теоретико-методичні основи визначення ролі маркетингових детермінант під час дослідження зеленої конкурентоспроможності підприємств. При цьому дисертанткою було використано інструментарій Google Analytics, Google Trends, кореляційний аналіз, метод згладжування часових рядів даних з метою формування інформаційно-комерційної і наукової аналітики за пошуковими запитами з питань зеленої конкурентоспроможності в розрізі інтернет-користувачів та наукової спільноти. Проведене дослідження надало можливість сформувати семантичне ядро пошукових запитів з питань зеленої конкурентоспроможності підприємств та дозволило описати групи релевантних маркетингових детермінант управління зеленою конкурентоспроможністю (стор. 71-86 дисертації).

11. Уточнено сутність поняття «зелена конкурентоспроможність підприємств» як їх здатність формувати та ефективно використовувати зелені конкурентні переваги (екологізацію бізнес-процесів, інструменти зеленого маркетингу та менеджменту, нормативну базу, яка впорядковує екологічну діяльність підприємств, інклюзію стейкхолдерів, зелену інфраструктуру), їх конвергентні та комплементарні ефекти, що забезпечують сталий розвиток підприємств, розширення конкурентних позицій підприємства на ринку, підвищення інвестиційної привабливості та капіталізації, формування екологічного бранда. Такий підхід системно та комплексно узгоджує традиційні теорії конкурентоспроможності підприємства, постулати зеленої економіки, тенденції диджиталізації суспільно-економічних відносин, актуалізує трансформацію ціннісної орієнтації стейкхолдерів зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 134 дисертації).

12. Розвинуто теоретичне підґрунтя формування типологізації підходів до оцінювання зеленої конкурентоспроможності підприємств, яке характеризується виокремленням двох критеріальних ознак оцінювання (об'єкта та домінуючого елемента моделі).

Запропонований підхід дозволив виокремити динамічно-рейтинговий, декомпозиційно-конверсійний, кластерно-структурний, фрактально-компаративний, параметрично-ентропійний підходи до оцінювання інтегрального рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств, описати сутність, умови та обмеження щодо їх застосування (стор. 173-200 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 наукових досліджень, так і у практичній діяльності. Отримані результати роботи спрямовані на вирішення важливої науково-практичної проблеми, що полягає у формуванні маркетингового забезпечення управління зеленою конкурентоспроможністю підприємств. Наукові положення дисертаційної роботи відповідають визначеним завданням резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», Стратегії сталого розвитку «Україна – 2030» (затвердженої Указом Президента України № 722/2019 від 30.09.2019 р.), Основних засад (Стратегії) державної екологічної політики України на період до 2030 року (Закон України від 28 лютого 2019 року № 2697-VIII) тощо.

На рівні підприємств знайшли своє впровадження наступні пропозиції дисертантки:

– щодо визначення оптимальних шляхів комунікації стейкхолдерів зеленої конкурентоспроможності підприємств, обґрунтування маркетингової політики та формування системи заходів взаємодії зі стейкхолдерами – у діяльності 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 – в діяльності ТОВ «Технохім» (довідка № 345 від 13.09.2020 р.);

– щодо визначення детермінант формування системи заходів маркетингового та управлінського забезпечення зеленої конкурентоспроможності підприємств – у діяльності ТОВ «Турбомаш» (довідка № 60 від 05.06.2020 р.).

На рівні громадських та професійних організацій впроваджено такі результати роботи:

– щодо обґрунтування ролі критеріїв якості маркетингових каналів комунікації під час формування зеленої конкурентоспроможності підприємств – у діяльності ВГО «Українська асоціація маркетингу» (довідка № 12 від 10.09.2020 р.);

– щодо забезпечення екологічно орієнтованої діяльності підприємств різних форм господарювання – в діяльність Департаменту захисту довкілля та енергетики (довідка № 01-20/726 від 28.05.2020 р.);

– щодо вдосконалення маркетингового інструментарію комунікацій зі стейкхолдерами – у діяльність Сумського обласного регіонального відділення Спілки малих, середніх і приватизованих підприємств України (довідка № 7 від 07.09.2020 р.).

Окремі наукові результати використано в 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 проєкту 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).

## **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. У першому розділі дисертаційної роботи (стор. 72-86 дисертації) авторкою при дослідженні семантичного ядра інформаційно-комерційної та наукової аналітики за пошуковими запитами, пов'язаними з маркетинговими детермінантами забезпечення зеленої конкурентоспроможності підприємств виявлено підвищення рівня інформаційно-комерційної зацікавленості за запитами інтернет-користувачів при одночасному збільшенні інтересу наукової спільноти як за трендовою, так і за циклічною складовими. На наш погляд, робота значно виграла, якщо б авторкою було наведено статистичну значущість коефіцієнту кореляції між трендовими та циклічними складовими часового ряду за методикою Спірмена та Пірсона.

2. На сторінках 152-154 дисертації авторкою представлено підходи до визначення змісту зеленої конкурентоспроможності підприємств за базовими маркерами зелених конкурентних переваг. Позитивно оцінюючи напрацювання авторки, відмітимо, що екологізація процесу виробництва певного товару не завжди є тотожною отриманню безпосередньо екологічного товару. На наш погляд, більш доцільно виокремлювати замість процесно-товарного підходу два альтернативних: процесно-технологічний підхід (запровадження зелених технологій у виробничі процеси), а також ресурсно-товарний (використання екологічно чистої сировини та отримання екологічного продукту).

3. Дискусійним, на наш погляд, є авторський підхід до виокремлення зазначених видів зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 155-157 дисертації), який припускає наявність глобальної, секторально-галузевої, регіонально-територіальної зеленої конкурентоспроможності підприємства. Такий підхід передбачає розмежування даного поняття для макро- та мікрорівнів.

У той же час, запропоноване дисертанткою визначення сутності зеленої конкурентоспроможності підприємств передбачає трактування даного поняття виключно з точки зору мікрорівневого підходу.

4. У роботі серед складових зеленої конкурентоспроможності підприємств авторкою наведено корпоративну складову. Відзначаючи її важливість у забезпеченні ефективного позиціонування підприємства на ринку, варто зауважити, що такі індикатори корпоративної складової як транспарентність, ефективність ради директорів та рівень екологічної культури (стор. 204-205 дисертації) важко піддаються формалізації та дискусійним є також є їх тлумачення. Тому потребує додаткової аргументації врахування даних індикаторів при оцінюванні зеленої конкурентоспроможності підприємств.

5. Визнаючи необхідність прогнозування інтегральних індикаторів діяльності підприємств, необхідно позитивно оцінити запропоновані авторкою методологічні засади прогнозування рівня зеленої конкурентоспроможності підприємств (стор. 243-250 дисертації). Проте, отримані результати оцінювання прогнозованої динаміки зміни зеленої конкурентоспроможності потребують додаткової аргументації з точки зору обрання періоду прогнозування, пояснення тенденцій після 2028 року та ймовірності досягнення максимального нормалізованого рівня.

6. В запропонованому дисертанткою теоретико-методичному підході до визначення впливу рівня інтеграції стейкхолдерів у систему управління підприємством на інтегральний рівень зеленої конкурентоспроможності (стор. 288-296 дисертації) доцільно було б ґрунтовніше дослідити вплив макроекономічної політики на формування зелених конкурентних переваг підприємств, оскільки саме державна влада повинна забезпечувати передбачувані рамкові умови та бути рушійною силою в промоції екологічно орієнтованих цінностей.

Проте, зазначені 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 Чигрин Олени Юріївни на тему «Маркетингові детермінанти управління зеленою конкурентоспроможністю», подана на здобуття наукового ступеня доктора 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 в розробленні теоретико-методологічного й методичного підґрунтя формування маркетингового забезпечення зеленої конкурентоспроможності



підприємств України.

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 Чигрин О. Ю. 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, 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:**

**докторка економічних наук, професорка  
завідувачка кафедри підприємництва та маркетингу  
Івано-Франківського національного технічного  
університету нафти і газу**

**І. В. Перезова**

