Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0519U001788

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 27-11-2019

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Пімоненко Тетяна Володимирівна

2. Pimonenko Tetyana V.

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 08.00.04

Назва наукової спеціальності: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 05-11-2019

Спеціальність за освітою: економіка підприємства

Місце роботи здобувача: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Римського-Корсакова 2, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40007, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 55.051.01

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Римського-Корсакова 2, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40007, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Римського-Корсакова 2, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40007, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.81

Тема дисертації:

1. Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій

2. Marketing and Management of Green Investment

Реферат/анотація:

1. У дисертації поглиблено структуризацію методичних підходів до визначення сутності зелених інвестицій та уточнено їх зміст, удосконалено теоретикометодичне підґрунтя системної реалізації управлінського, маркетингового та інституційного забезпечення зеленого інвестування, визначено специфічні принципи та вдосконалено критеріальну базу менеджменту зелених інвестицій, обґрунтовано специфічні особливості комплексу маркетингу зелених інвестицій і здійснено типологізацію їх стратегій, удосконалено підхід до оцінювання рівня доброчесності маркетингової політики екологовідповідального підприємства, поглиблено типологізацію підходів до визначення зеленого бренда компанії та розроблено конвергентний підхід до його вимірювання, обґрунтовано напрямки взаємозв'язку зеленого бренда та зелених інвестицій, розроблено науково-методологічне підґрунтя оцінювання впливу рівня доброчесності маркетингової політики еколого-відповідального підприємства на його зелений бренд, обґрунтовано коінтеграційні зв'язки між обсягами зелених інвестицій підприємницького сектору та еколого-економічними ефектами, визначено напрямки їх урахування під час формування системи комунікацій між стейкхолдерами зеленого інвестування,

обґрунтовано драйвери розвитку системи маркетингу та менеджменту зелених інвестицій на підприємствах України на основі європейського досвіду.

2. The dissertation is devoted to the development of the theoretical and methodological basis of marketing and management of green investment in the framework of the company's management and developing of green investment market. The classification of approach to defining green investing depends on investment target was deepen and proposed. The marketing and management of green investment proposed to analyse not as isolated so as integrating the system with institutional conditions of green investing. It allowed to considering causal relationships, explicit and latent channels of interaction between key stakeholders, complementary nature of the green investment, effects of flows and diffusion of management and marketing decisions in the field of green investing, obtained the synergistic effect of green investing, which was reflected in the growth of company's value. In order to individualize the green investment management instruments, it is necessary to create individual profiles for the institutional, capitalization and consumer-technology clusters of the green investing's stakeholders. The green investment management system should integrate both traditional management and investment principles and a range of specific green investment principles, the core principals –collaboration, dissemination, and convergence. The complementary nature of green investment management requires the adjustment of managerial decision-making criteria for the feasibility of implementing green investing's projects. The main one is the indicator of social, ecological and economic effect, which considering the weighted average cost of raising capital for the realization of green investment (green loans, funds of specialized international funds, resourcesfrom the green stock market, etc.), environmental taxes and penalties, saving of all kinds of resources and social payments as a result of the green investment implementation, direct and indirect revenue from green investment. With the implementation of the sustainable development concept, traditional 4P marketing concepts were transformed into 8P. Moreover, green and investment marketing concepts were developing too. The features of the 8P complex of green investment marketing, as well as the impact, image and hidden marketing strategies of green investment, were determined. It considers the financial, economic, environmental and social aspects of shaping the market environment for promoting green investment, creating eco-oriented consumer and investment public needs. Unfair and deliberate misleading of consumers about the company's green performance of or unreasonably declaring and promoting its green goals could provoke to loss of profit, the outflow of investments, reputation losses, decreasing in the level of consumer confidence in the brand, etc. It was proposed to calculate a greenwash index using the PLS-PM model, the source of which was the content analysis of public information provided on the company's web resources. The findings on of domestic industrial enterprises of the mechanical engineering and metallurgical industry showed that the most negative was perceived by stakeholders when information on the official page masked real data, making green targets better than they were. The existing system of approaches to defining a company's green brand was complemented by a converged one, which allows a comprehensive assessment of all components of a green brand, as well as considering not only the absolute but also the comparative advantages of a company in terms of market positioning as an environmentally responsible one. It has been tested on the example of the national industrial companies: Metinvest Group, PrJSC "Dniprospetsstal", PJSC "ArcelorMittal Kryviy Rih". The relationship between green investment and green brand as one of the most whispered marketing instruments had the objective and objective characters, their impact was conditional. That was confirmed by a combination of system and structural analysis and Google Trends instruments (the trends and volatility of Internet queries for these concepts were completely identical). On the one hand, due to the growing value of the green brand, the company got additional opportunities to attract green investment; on the other hand, the amount of green investment contributed to the growth of the company's green. A one-point increasing in the greenwash index as an indicator of the integrity of a company's eco-friendly marketing policy leads to a decrease in the company's green brand level by 0.56 points. This is confirmed by practical calculations on empirical data of Ukrainian industrial enterprises using an approach that involves the use of content analysis and graphs of measurement of formative and reflective models of PLS-PM, as well as considering the duality of causal relationships between factors.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:

Підсумки дослідження:

Публікації:

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лєонов Сергій Вячеславович
2. Lieonov Serhiy V.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лєонов Сергій Вячеславович
2. Lieonov Serhiy V.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Смерічевський Сергій Францевич
2. Smerichevski Sergii F.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гончарук Анатолій Григорович
2. Honcharuk Anatoliy H.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Перевозова Ірина Володимирівна
2. Perevozova Iryna V.

Кваліфікація: д. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Мішенін Євген Васильович
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Мішенін Євген Васильович
Відповідальний за підготовку облікових документів	
Реєстратор	
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Т.А.