

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0826U004470

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 10-08-2026

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ілляшенко Анастасія Григорівна

2. Anastasiia Illiashenko

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-8025-5940

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 075

Назва наукової спеціальності: Маркетинг

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: 20762 маркетинг

Дата захисту: 12-08-2026

Спеціальність за освітою: 075 Маркетинг

Місце роботи здобувача: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 15502

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

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

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.81.12, 06.81.55

Тема дисертації:

1. Зелений маркетинг підприємств B2B-сектору в умовах Індустрії 4.0
2. Green Marketing of B2B Sector Enterprises in the Context of Industry 4.0

Реферат/анотація:

1. Дисертаційна робота присвячена розвитку теоретико-методичних підходів до інтеграції зеленого маркетингу в стратегії підприємств B2B-сектору в умовах Індустрії 4.0. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю поєднання екологічних принципів із цифровою трансформацією бізнесу, посиленням вимог до прозорості діяльності підприємств, упровадженням ESG-підходів та зростанням ролі сталого розвитку у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств B2B-сектору. У роботі узагальнено теоретичні засади зеленого маркетингу, досліджено еволюцію наукового дискурсу у взаємозв'язку з концепцією Індустрії 4.0 на основі бібліометричного аналізу публікацій баз даних Scopus із використанням програмного забезпечення VOSviewer. Це дало змогу визначити основні етапи розвитку досліджень, ключові тематичні кластери та сучасні напрями розвитку зеленого маркетингу. У дисертації удосконалено систему мотивації підприємств B2B-сектору до впровадження зеленого маркетингу, розвинено методичний підхід до оцінювання зрілості підприємств за компонентами цифрової трансформації, організаційного розвитку та стейкхолдерської взаємодії, а також запропоновано типологізацію науково-методичних підходів до оцінювання інтеграції

зеленого маркетингу. Обґрунтовано концептуальні засади інтеграції зеленого маркетингу в діяльність підприємств B2B-сектору та розроблено теоретико-методичний підхід до оцінювання рівня його інтеграції. Емпіричну перевірку запропонованого підходу здійснено на основі опитування підприємств аграрної, фармацевтичної та харчової галузей із використанням методу моделювання структурними рівняннями PLS-SEM. Отримані результати підтвердили взаємозв'язок між рівнем екологічної обізнаності, мотиваційними чинниками, організаційними бар'єрами, використанням екоінструментів та стратегічними результатами діяльності підприємств. Встановлено, що використання інструментів зеленого маркетингу сприяє підвищенню довіри партнерів, зміцненню конкурентних позицій підприємств і формуванню сталої B2B-цінності. Наукова новизна дослідження полягає у розвитку теоретико-методичних засад інтеграції зеленого маркетингу підприємств B2B-сектору в умовах Індустрії 4.0, розробленні теоретико-методичного підходу до оцінювання рівня його інтеграції із застосуванням інструментарію PLS-SEM, удосконаленні системи мотивації підприємств до впровадження зеленого маркетингу та типологізації підходів до оцінювання його інтеграції, а також розвитку концептуальних засад інтеграції зеленого маркетингу з урахуванням цифрової зрілості підприємств, стейкхолдерської взаємодії та організаційних бар'єрів. Практичне значення результатів полягає у можливості використання запропонованих методичних підходів підприємствами B2B-сектору для оцінювання рівня інтеграції зеленого маркетингу, визначення напрямів його вдосконалення, підвищення ефективності управлінських рішень та забезпечення сталого розвитку в умовах цифрової трансформації.

2. This dissertation is devoted to the development of theoretical and methodological approaches to integrating green marketing into the strategies of B2B companies in the context of Industry 4.0. The relevance of this research stems from the need to combine environmental principles with the digital transformation of business, stricter requirements for corporate transparency, the implementation of ESG approaches, and the growing role of sustainable development in ensuring the competitiveness of B2B companies. This paper summarizes the theoretical foundations of green marketing and examines the evolution of scientific discourse in relation to the concept of Industry 4.0 based on a bibliometric analysis of publications in the Scopus database using VOSviewer software. This made it possible to identify the main stages of research development, key thematic clusters, and current trends in the development of green marketing. The dissertation refines the incentive system for B2B sector enterprises to implement green marketing, develops a methodological approach to assessing enterprise maturity based on the components of digital transformation, organizational development, and stakeholder interaction, and a typology of scientific and methodological approaches to assessing the integration of green marketing is proposed. The conceptual foundations for integrating green marketing into the activities of B2B enterprises are substantiated, and a theoretical and methodological approach to assessing the level of its integration is developed. The proposed approach was empirically tested based on a survey of enterprises in the agricultural, pharmaceutical, and food industries using the PLS-SEM structural equation modeling method. The results confirmed the relationship between the level of environmental awareness, motivational factors, organizational barriers, the use of eco-tools, and the strategic performance of enterprises. It was found that the use of green marketing tools helps increase partner trust, strengthen companies' competitive positions, and build sustainable B2B value. The scientific novelty of the study lies in the development of theoretical and methodological foundations for the integration of green marketing by B2B enterprises in the context of Industry 4.0, the development of a theoretical and methodological approach to assessing the level of its integration using the PLS-SEM toolkit, the improvement of the incentive system for enterprises to implement green marketing and the typology of approaches to assessing its integration, as well as the development of conceptual foundations for the integration of green marketing, taking into account the digital maturity of enterprises, stakeholder interaction, and organizational barriers. The practical significance of the results lies in the possibility for enterprises in the B2B sector to use the proposed methodological approaches to assess the level of green marketing integration, identify areas for improvement, enhance the effectiveness of management decisions, and ensure sustainable development in the context of digital transformation.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища

Підсумки дослідження: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- Сигида Л.О., Ілляшенко А.Г. Дослідження рівня успішності процесів комерціалізації в країнах світу. Галицький економічний вісник. 2022. Том 75. №2. С. 134-144
- Ілляшенко А., Чигрин О. Соціально-відповідальний маркетинг в умовах індустрії 4.0: бібліометричний аналіз. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2023. №7(1). С. 24-35
- Ілляшенко А., Росохата А., Небаба Н., Костюк Р., Зінченко Г. Аналіз перешкод розвитку маркетингу підприємства управління відходами в індустрії 4.0. Актуальні проблеми економіки. Публічне управління та адміністрування. 2024. № 3 (273). С. 107-117
- Росохата А., Коваленко Є., Артюхов А., Ілляшенко А., Павличенко М., Гавриленко О. Управління відходами у туристичних регіонах в умовах індустрії 4.0: погляд через призму енергетичної політики, адміністрування та маркетингу. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. 2024. №1(73). С.62-71
- Khomenko L., Kryvysh Ya., Makarov V., Illiashenko A., Belinska D. Mobile apps for healthy food: european experience. Efektyvna ekonomika. 2024. №8
- Illiashenko A., Puhach O., Barlit O. From Compliance to Competitiveness: The Role of Green Marketing and ESG in B2B Relations. Economic sustainability and business practices. 2025. №2(3). P. 35-44
- Ілляшенко А., Росохата А., Матвеева Ю. Бенчмаркінг-аналіз моделей взаємодії основних стейкхолдерів системи управління відходами. Економічний Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2025. №33. С.184-190
- Росохата А., Ілляшенко А., Матвеева Ю. Компаративний аналіз нормативного забезпечення системи управління відходами. Економіка та суспільство. 2025. №72

Наукова (науково-технічна) продукція: методи, теорії, гіпотези; методичні документи; аналітичні матеріали

Соціально-економічна спрямованість: поліпшення стану навколишнього середовища

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впровадження не планується

Зв'язок з науковими темами: 101047530 0126U000592

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Чигрин Олена Юріївна

2. Olena Chyhryn

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-1007-3728

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гюнтер Пітер __

2. Peter Guenther

Кваліфікація: д.філософ, доц., 075

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-1240-9845

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Університет міста Ліверпуль

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження: Foundation Building, Ліверпуль, L69 7ZX, Велика Британія

Форма власності: Державна

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: 04xs57h96

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Нянько Віталій Миколайович

2. Vitalii Nianko

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-8674-506X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

Місцезнаходження: вул. Інститутська, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Князева Тетяна В'ячеславівна

2. Tetiana Kniazieva

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.06

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7223-7013

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Державний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 44470624

Місцезнаходження: вул. Кіото, Київ, 02156, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Коблянська Інна Ігорівна

2. Inna Koblianska

Кваліфікація: к. е. н., доц., 08.00.06

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-7844-9786

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Зябіна Євгенія Анатоліївна

2. Yevheniia Ziabina

Кваліфікація: к. е. н., 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-0832-7932

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради**

Летуновська Наталія Євгеніївна

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні**

Летуновська Наталія Євгеніївна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Бойко Антон Олександрович

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна