

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0825U004072

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 10-11-2025

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



## II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ус Яна Олександрівна

2. Yana Us

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-1451-0450

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: 19-11-2025

Спеціальність за освітою: Економіка і підприємництво

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 10959

**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:** 19.45, 23.01.14, 06.81.03

**Тема дисертації:**

1. Зелений бренд країни: науково-методичний підхід до формування, оцінювання та промоції
2. Country's green brand: a scientific and methodological approach to its formation, evaluation, and promotion

**Реферат:**

1. У сучасних умовах розвитку глобальної економіки посилюється вплив екологічних чинників на формування конкурентних переваг держави та їх міжнародного іміджу. Кліматичні зміни, зростання екологічної свідомості суспільства й інтеграція принципів сталого розвитку у державну політику зумовлюють необхідність переосмислення механізмів національного позиціонування. Для України проблема розвитку зеленого бренду набуває особливої актуальності у зв'язку з необхідністю посилення міжнародної репутації, інтеграції до європейського простору сталого розвитку та адаптації до вимог Європейського зеленого курсу. Військова агресія, руйнування інфраструктури, зростання екологічних ризиків і втрата природного потенціалу створюють додаткові виклики для національної системи екологічного управління та ускладнюють реалізацію довгострокових стратегій екологічної політики. За цих умов особливої ваги набуває формування цілісного науково-методичного підходу до оцінювання, управління та просування зеленого бренду країни, здатного забезпечити підвищення її міжнародної конкурентоспроможності та довіри з боку глобальних стейкхолдерів. Зазначене вище визначає наукову актуальність дисертаційного дослідження та

його практичну значущість. Метою дисертаційної роботи є розвиток науково-методичних підходів до формування та оцінювання зеленого бренда країни, обґрунтування маркетингового інструментарію його промоції. Зважаючи на поставлену мету дослідження, у ході дисертаційного дослідження було застосовано бібліометричний аналіз за допомогою інструментарію VOSviewer, Biblioshiny та Scopus Tool Analysis для дослідження еволюції наукових підходів до зеленого бренда країни; метод головних компонент із VARIMAX-обертанням – для побудови інтегрального індексу зеленого бренда країни; методи  $p$ - та  $p$ -конвергенції – для аналізу просторово-часових тенденцій розвитку; порівняльний аналіз – для оцінювання позицій України відносно країн Європейського Союзу; методи сентимент-аналізу та ANOVA-моделювання – для визначення ефективності цифрових каналів комунікації. У ході дисертаційного дослідження визначено шість наукових кластерів еволюції теорії зеленого бренда країни та здійснено періодизацію її розвитку. Запропоновано концептуальну модель зеленого бренда, що інтегрує економічні, інституційні, екологічні та репутаційні чинники. Розроблено типологію науково-методичних підходів до оцінювання рівня розвитку зеленого бренда країни (інтервальний, динамічний, індексний, компаративний, перцептивний), яка забезпечує системність та уніфікованість аналітичних процедур. Удосконалено методику оцінювання зеленого бренда країни шляхом побудови інтегрального індексу, який поєднує показники екологічної ефективності, інституційної спроможності та репутаційного потенціалу. Проведено порівняльний аналіз 27 європейських країн. Встановлено, що середній рівень індексу зеленого бренда у 2006–2020 роках зріс із 0.79 до 0.90, що свідчить про загальне посилення зеленого позиціонування держав. Індекс України підвищився з 0.425 до 0.455, при цьому її позиція у рейтингу змінилася з 13-го на 26-те місце. Результати  $p$ -конвергентного аналізу засвідчили зниження міжкраїнових диспропорцій за рівнем розвитку зеленого бренда (коефіцієнт  $p$ -конвергенції зменшився з 0.266 у 2006 році до 0.195 у 2020 році), що відображає зближення країн ЄС у межах реалізації політики сталого розвитку. Розроблено методичний інструментарій вибору каналів цифрової комунікації для просування зеленого бренда країни. Аналіз публікацій у соціальних медіа показав, що найвищий рівень позитивного емоційного сприйняття зелених меседжів характерний для контенту з хештегами #SustainableUkraine та #GreenEconomy. Найефективнішими каналами комунікації визначено YouTube та Facebook, які забезпечують високий рівень залученості аудиторії у форматі відео- та фотоконтенту. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання запропонованих теоретичних положень і методичних підходів під час розроблення стратегій зеленого позиціонування держави, моніторингу динаміки розвитку зеленого бренда, удосконалення системи екологічних комунікацій і впровадження принципів сталого розвитку у публічну політику та маркетинг.

2. In the current conditions of global economic development, environmental factors increasingly influence the formation of national competitive advantages and international reputation. Climate change, growing environmental awareness, and the integration of sustainable development principles into public policy necessitate a rethinking of national positioning mechanisms. For Ukraine, the development of a country's green brand is particularly relevant given the need to strengthen its international reputation, integrate into the European sustainable development framework, and adapt to the requirements of the European Green Deal. Military aggression, infrastructure destruction, rising environmental risks, and the loss of natural potential create additional challenges for the national environmental management system and complicate the implementation of long-term environmental policies. Under these conditions, it is especially important to establish a comprehensive scientific and methodological framework for assessing, managing, and promoting the country's green brand, aimed at enhancing its international competitiveness and building trust among global stakeholders. These factors determine the scientific relevance and practical significance of the dissertation research. The aim of the dissertation is to develop scientific and methodological approaches to the formation and assessment of a country's green brand and to substantiate the marketing tools for its promotion. Considering this aim of dissertation, bibliometric analysis was conducted using VOSviewer, Biblioshiny, and Scopus Tool Analysis to study the evolution of scientific approaches to the country's green brand; the principal component method with VARIMAX rotation was applied to construct an integrated index of country's green brand;  $p$ - and  $p$ -convergence methods were used to analyze spatial and temporal development trends; comparative analysis was used to assess Ukraine's position

relative to European Union countries; and sentiment analysis combined with ANOVA modeling was applied to determine the effectiveness of digital communication channels. Six scientific clusters in the evolution of the theory of the country's green brand were identified, and its development was periodized. A conceptual model of the country's green brand was proposed, integrating economic, institutional, environmental, and reputational factors. A typology of scientific and methodological approaches to assessing the level of country's green brand development (interval, dynamic, index, comparative, and perceptual) was developed, ensuring consistency and standardization of analytical procedures. The methodology for assessing a country's green brand was refined by constructing an integrated index that combines indicators of environmental performance, institutional capacity, and reputational potential. A comparative analysis of 27 European countries showed that the average Green Brand Index increased from 0.79 in 2006 to 0.90 in 2020, indicating an overall strengthening of green positioning. Ukraine's index increased from 0.425 to 0.455, while its ranking dropped from 13th to 26th place. The results of the  $\rho$ -convergence analysis showed a reduction in cross-country disparities in the level of country's green brand development (the  $\rho$ -convergence coefficient decreased from 0.266 in 2006 to 0.195 in 2020), reflecting convergence among EU countries in implementing sustainable development policies. A methodological toolkit for selecting digital communication channels to promote the country's green brand was also developed. Analysis of social media posts showed that the highest level of positive emotional perception of green messages was associated with content containing the hashtags #SustainableUkraine and #GreenEconomy. YouTube and Facebook were identified as the most effective communication channels, generating the highest audience engagement with video and visual content. The practical significance of the obtained results lies in the possibility of applying the proposed theoretical principles and methodological approaches to develop strategies for the green positioning of the country, monitor the dynamics of country's green brand development, improve systems of environmental communication, and integrate the principles of sustainable development into public policy and marketing practice.

### **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:** Не застосовується

**Підсумки дослідження:** Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

### **Публікації:**

- Pimonenko T., Lyulyov O., Us Ya., Kwilinski A., Nazarenko A., Myroshnichenko Yu. Renewable energy generation in the energy balance: the forecast until 2035. *Mechanism of Economic Regulation*, 2021. № 2. P. 23-32.
- Lyulov O., Pimonenko T., Kwilinski A., Us Ya. Countries' green brands within the context of sustainable development goals. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2024. № 9(3). 100509.
- Us Y., Pimonenko T., Lyulyov O. Corporate social responsibility and renewable energy development for the green brand within SDGs: a meta-analytic review. *Energies*, 2023. № 16(5). 2335.
- Us Y., Pimonenko T., Lyulyov O., Chen Y., Tambovceva T. Promoting Green Brand of University in Social Media: Text Mining and Sentiment Analysis. *Virtual Economics*, 2022. № 5(1). P. 24-42.
- Polcyn J., Us Y., Lyulyov O., Pimonenko T., Kwilinski A. Factors Influencing the Renewable Energy Consumption in Selected European Countries. *Energies*, 2022. № 15(1). 108.
- Пімоне́нко Т., Люльов О., Ус Я., Шафорост Ю., Будьонна А. Оцінювання рівня доброчесності маркетингової політики промоції зеленого бренду країни як каталізатора зеленого інвестування. *Вісник економіки*, 2023. № 2. С. 188-203.

**Наукова (науково-технічна) продукція:** методи, теорії, гіпотези

**Соціально-економічна спрямованість:** підвищення продуктивності праці; підвищення міжнародної конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості країни

**Охоронні документи на ОПВ:**

**Впровадження результатів дисертації:** Планується до впровадження

**Зв'язок з науковими темами:** 0121U100468, 0120U102002, 0119U101860

## **VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Люльов Олексій Валентинович

2. Oleksii Lyulyov

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.03

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-4865-7306

**Додаткова інформація:** <https://scholar.google.com.ua/citations?user=Aqf0miYAAAAJ&hl=uk>

**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. Пімоненко Тетяна Володимирівна

2. Tetyana Pimonenko

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

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0001-6442-3684

**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:**

## **VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів**

**Офіційні опоненти**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Перевозова Ірина Володимирівна
2. Iryna Perevozova

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.04**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-3878-802X**Додаткова інформація:****Повне найменування юридичної особи:** Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу**Код за ЄДРПОУ:** 02070855**Місцезнаходження:** вул. Карпатська, Івано-Франківськ, 76019, Україна**Форма власності:** Державна**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України**Ідентифікатор ROR:****Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Колодненко Наталія Володимирівна
2. Natalia Kolodnenko

**Кваліфікація:** к. е. н., доцент, 08.00.03**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-8661-9511**Додаткова інформація:****Повне найменування юридичної особи:** Сумський національний аграрний університет**Код за ЄДРПОУ:** 04718013**Місцезнаходження:** вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна**Форма власності:****Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України**Ідентифікатор ROR:** Не застосовується**Рецензенти****Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Олефіренко Олег Михайлович
2. Oleg Olefirenko

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.04**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-6214-4590**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. Бондаренко Алла Федорівна

2. Alla Bondarenko

**Кваліфікація:** к. е. н., доц., 08.00.05

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-8439-1787

**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 Євгенівна

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

Летуновська Наталія Євгенівна

**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