

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0426U000232

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 07-10-2026

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Денисюк Ольга Володимирівна

2. Olga V. Denysiuk

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0009-0006-1761-3921

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 25.00.02

Назва наукової спеціальності: Механізми державного управління

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 16-10-2026

Спеціальність за освітою: Державне управління

Місце роботи здобувача: Товариство з обмеженою відповідальністю "Самсунг Електронікс Україна Компані"

Код за ЄДРПОУ: 36048094

Місцезнаходження: вул. Льва Толстого, Київ, 01032, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 26.142.04

Повне найменування юридичної особи: Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Міжрегіональна Академія управління персоналом"

Код за ЄДРПОУ: 00127522

Місцезнаходження: вул. Фрометівська, Київ, 03039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR:

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

Повне найменування юридичної особи: Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Міжрегіональна Академія управління персоналом"

Код за ЄДРПОУ: 00127522

Місцезнаходження: вул. Фрометівська, Київ, 03039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 82.13

Тема дисертації:

1. МЕХАНІЗМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РОЗБУДОВИ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ТА ЗАГРОЗ
2. Mechanisms of Public Administration in the Sphere of Developing Ukraine's National Brand under Contemporary Global Challenges and Threats

Реферат/анотація:

1. У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано розв'язання наукового завдання у сфері публічного управління та адміністрування, що полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні та розробленні концептуальних і прикладних засад формування, розвитку та захисту національного бренду України як стратегічного ресурсу публічного управління в умовах глобальної конкуренції, цифрової трансформації, воєнних і безпекових викликів, а також у розробленні практичних рекомендацій щодо вдосконалення відповідної державної політики. Проаналізовано стан наукової розробленості проблематики національного брендингу у вітчизняному та зарубіжному науковому дискурсі. Встановлено, що відповідна проблематика переважно досліджується в межах маркетингу, політичної

комунікації, публічної та культурної дипломатії, міжнародних відносин, тоді як інституційні, нормативно-правові, організаційні та управлінські засади формування, розвитку та захисту національного бренду в системі публічного управління залишаються недостатньо систематизованими. Обґрунтовано міждисциплінарний характер національного брендингу та необхідність його розгляду як комплексного напрямку публічного управління. Уточнено співвідношення понять «національний бренд», «імідж держави» та «репутація держави». Обґрунтовано, що національний бренд є багатовимірним стратегічним нематеріальним ресурсом, який акумулює економічні, політичні, соціокультурні, комунікаційні та безпекові характеристики держави, формується під впливом результатів її внутрішньої та зовнішньої політики, діяльності публічних інституцій і характеру взаємодії з внутрішніми та зовнішніми цільовими аудиторіями. Охарактеризовано механізми публічного управління у сфері формування, розвитку та захисту національного бренду, зокрема інституційний, нормативно-правовий, організаційно-процедурний, фінансово-ресурсний, кадровий, інформаційно-комунікаційний та політико-управлінський. Встановлено, що результативність відповідної державної політики залежить від належного інституційного забезпечення, міжвідомчої координації, прогнозованого ресурсного забезпечення, кадрової спроможності та узгодженості стратегічних комунікацій із фактичними результатами державної політики. Здійснено порівняльний аналіз зарубіжного досвіду формування, розвитку та захисту національних брендів, зокрема практик США, Канади, Японії, європейських держав, Ізраїлю, Південної Кореї, Австралії, ОАЕ та Катару. Виявлено інституційні, організаційні, ресурсні та комунікаційні особливості відповідних моделей, визначено їх переваги й обмеження та обґрунтовано можливості адаптації окремих практик до українських умов з урахуванням національних інституційних, правових, соціокультурних і безпекових особливостей. Проаналізовано сучасний стан формування національного бренду України в умовах воєнних і гібридних загроз. Виявлено основні проблеми, серед яких фрагментарність брендингових ініціатив, недостатня міжвідомча координація, відсутність єдиного відповідального інституту та вразливість до інформаційних атак. Водночас визначено позитивні тенденції, пов'язані з активізацією культурної дипломатії, цифрових комунікацій та міжнародної підтримки України. Окреслено напрями вдосконалення публічного управління у сфері формування та захисту національного бренду України. Запропоновано інституційну модель управління брендом, що передбачає створення спеціалізованого органу, інтеграцію політики у сфері національного брендингу у систему національної безпеки, розвиток стратегічних комунікацій, використання інноваційних технологій (big data, штучний інтелект, цифрові платформи) та забезпечення сталого фінансування. Наукова новизна одержаних результатів полягає у розвитку теоретичних засад і формулюванні нових науково-методологічних положень щодо формування та розбудови національного бренду України як інструменту публічного управління в умовах безпекових викликів. Уперше обґрунтовано необхідність інтеграції політики у сфері національного брендингу у систему національної безпеки та інформаційної стійкості держави. Запропоновано концептуальну модель управління розвитком національного бренду, що поєднує маркетингові механізми, інституційну координацію та безпекову складову. Удосконалено підходи до формування державної політики у сфері національного брендингу шляхом визначення її структурних елементів, механізмів реалізації та критеріїв оцінювання ефективності. Дістали подальшого розвитку теоретичні положення щодо ролі публічного управління у формуванні репутаційної стійкості держави, протидії дезінформації та використання бренду як інструменту «м'якої сили».

2. The dissertation provides a theoretical generalization and proposes a solution to a scientific problem in the field of public administration, consisting in the theoretical-methodological substantiation and development of conceptual and applied foundations for the formation, development, and protection of Ukraine's national brand as a strategic resource of public administration under conditions of global competition, digital transformation, and military and security challenges, as well as in the development of practical recommendations for improving the corresponding state policy. The state of scholarly research on national branding in Ukrainian and international academic discourse has been analyzed. It has been established that this subject matter is predominantly studied within marketing, political communication, public and cultural diplomacy, and international relations, whereas the institutional, legal, organizational, and managerial foundations for the formation, development, and protection of

the national brand within the system of public administration remain insufficiently systematized. The interdisciplinary nature of national branding has been substantiated, along with the need to treat it as a comprehensive field of public administration. The relationship between the concepts of "national brand," "state image," and "state reputation" has been clarified. It has been substantiated that a national brand is a multidimensional strategic intangible resource that accumulates the economic, political, sociocultural, communication, and security characteristics of a state, and is shaped by the outcomes of its domestic and foreign policy, the activities of public institutions, and the nature of its interaction with domestic and international target audiences. The mechanisms of public administration in the sphere of forming, developing, and protecting the national brand have been characterized, including institutional, legal, organizational-procedural, financial-resource, personnel, information-communication, and political-administrative mechanisms. It has been established that the effectiveness of the corresponding state policy depends on adequate institutional support, interagency coordination, predictable resource provision, personnel capacity, and the consistency of strategic communications with the actual outcomes of state policy. A comparative analysis of foreign experience in forming, developing protecting national brands has been conducted, including the practices of the United States, Canada, Japan, European states, Israel, South Korea, Australia, the UAE, and Qatar. The institutional, organizational, resource, and communication features of the respective models have been identified, their advantages and limitations determined, and the possibilities for adapting individual practices to Ukrainian conditions substantiated, taking into account national institutional, legal, sociocultural, and security specifics. The current state of Ukraine's national brand formation under conditions of military and hybrid threats has been analyzed. The main problems identified include the fragmentation of branding initiatives, insufficient interagency coordination, the absence of a single responsible institution, and vulnerability to information attacks. At the same time, positive trends have been identified, related to the intensification of cultural diplomacy, digital communications, and international support for Ukraine. Directions for improving public administration in the sphere of forming and protecting Ukraine's national brand have been outlined. An institutional model of brand management has been proposed, envisaging the creation of a specialized body, the integration of national branding policy into the national security system, the development of strategic communications, the use of innovative technologies (big data, artificial intelligence, digital platforms), and the provision of sustainable financing. The scientific novelty of the results obtained lies in the further development of theoretical foundations and the formulation of new scientific-methodological provisions on the formation and development of Ukraine's national brand as an instrument of public administration under security challenges. For the first time, the necessity of integrating national branding policy into the system of national security and information resilience of the state has been substantiated. A conceptual model of national brand development management has been proposed, combining marketing mechanisms, institutional coordination, and a security component. Approaches to the formulation of state policy in the sphere of national branding have been improved by defining its structural elements, implementation mechanisms, and effectiveness evaluation criteria.

Державний реєстраційний номер ДіР: 0121U110533, 0125U002151

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: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- Денисюк О.В. Державний імідж як стратегічний ресурс публічного управління: концептуальні засади, інституційні напрями та індикатори результативності. Публічне урядування. 2025. № 3 (44). С. 7–12. DOI:

[https://doi.org/10.32689/2617-2224-2025-3\(44\)-1](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2025-3(44)-1)

- Denysiuk O. Evolution and current state of Ukraine's international image in the context of public governance and global communications. *Public Management and Policy*. 2025. No 10 (14). P. 121–128. DOI: <https://doi.org/10.70651/3041-2498/2025.10.15>
- Денисюк О.В. Державна іміджева політика як інструмент управління довірою: механізми, функції та операційна рамка. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління. 2025. № 4 (80). С. 24–28. DOI: [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-4\(80\)-4](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-4(80)-4)
- Dakal A., Denysiuk O. Nation Branding as a Mechanism of Public Governance: International Experience of the United States and Other Countries for Ukraine's Image Policy. *Łódzkie Studia Humanistyczne*. 2025. No 4. P. 57–64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2956-333X/2025-4-6>
- Денисюк О. В. Нормативно-правові засади формування позитивного іміджу України: аналіз сучасного законодавства. *Global Trends in Science and Education : proceedings of the 11th International Scientific and Practical Conference (Kyiv, November 17–19, 2025)*. Kyiv : SPC «Sci-conf.com.ua», 2025. P. 839–844. URL: <https://sci-conf.com.ua/xi-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-global-trends-in-science-and-education-17-19-11-2025-kiyiv-ukrayina-arhiv/>
- Денисюк О.В. Імідж держави як інструмент політичного управління та розвитку самоврядної влади. Місцеве самоврядування в Україні та світі: теорія та практика : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 5 листоп. 2025 р.) / за заг. ред. В.Ю. Медвідь, Т.М. Лозинської, О.В. Дорофєєва. Полтава : ПДАУ, 2025. С. 99–102
- Денисюк О.В. Механізми державної іміджевої політики в умовах воєнного стану: інституційні, комунікаційні та цифрові виміри. Публічне управління та адміністрування на сучасному етапі державотворення : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 20 листоп. 2025 р.) / відп. ред. В. П. Залізнюк. Київ : Державний торговельно-економічний університет, 2025. С. 34–38
- Дакал А.В., Денисюк О.В. Парадигма антикризового публічного управління та трансформація іміджу України. Проблеми управління суспільним розвитком в умовах криз та післякризового відновлення : матеріали II наук.-практ. конф. за міжнар. участю / за заг. ред. Л.М. Мельничук, Т.В. Малахова; ННІМЗ НУОЗ України імені П.Л. Шупика (м. Київ, 4 груд. 2025 р.). Київ, 2025. С. 44–48

Наукова (науково-технічна) продукція: механізми публічного управління у сфері розбудови національного бренду України та дорожня карта його розвитку

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0121U110533, 0125U002151

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Дакал Алла Василівна

2. Alla Dakal

Кваліфікація: д. держ. упр., доцент, 25.00.02

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-3221-353X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Міжрегіональна Академія управління персоналом"

Код за ЄДРПОУ: 00127522

Місцезнаходження: вул. Фрометівська, Київ, 03039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Василевська Тетяна Едуардівна

2. Tetiana E. Vasylevska

Кваліфікація: д. держ. упр., професор, 25.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-6565-4142

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Код за ЄДРПОУ: 02070944

Місцезнаходження: вул. Володимирська, Київ, 01033, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Щур Наталія Олегівна

2. Nataliia O. Shchur

Кваліфікація: к. держ.упр., 25.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-7648-7893

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214142

Місцезнаходження: вул. Лаврська 9, Київ, 01015, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство культури України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради

Лисенко Сергій Олексійович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні

Лисенко Сергій Олексійович

Відповідальний за підготовку
облікових документів

Капеліста Ірина Михайлівна

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності



Юрченко Тетяна Анатоліївна