

## ПОВІДОМЛЕННЯ

про утворення разової спеціалізованої вченої ради

Заклад освіти/наукова  
установа

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича  
(ідентифікаційний код 02071240)

### 1. Здобувач ступеня доктора філософії

1.1. ПІБ здобувача ступеня доктора філософії	Клипач Андрій Ярославович
1.2. Стать здобувача	Чоловіча
1.3. Освітньо-наукова програма, яку завершує здобувач	38598 Економіка (051 Економіка)
1.4. Дата початку підготовки за ОНП	15.09.2022
1.5. Дата завершення підготовки за ОНП	12.03.2026
1.6. Дата завершення навчання на попередньому освітньому рівні	30.06.2008
1.7. Окремі елементи освітньо-наукової програми забезпечуються іншим закладом вищої освіти/ науковою установою (у тому числі іноземним)	ні

### 2. Дисертація

2.1. Тема дисертації	Маркетингові технології та інструменти забезпечення сталого соціально-економічного розвитку регіонів
2.2. Анотація дисертації	<p>Клипач А. Я. Маркетингові технології та інструменти забезпечення сталого соціально-економічного розвитку регіонів. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.</p> <p>Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 – Економіка. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці, 2026.</p> <p>Дисертацію присвячено розв'язанню наукового завдання, що полягає в розвитку теоретичних положень, удосконаленні методичних підходів і розробленні практичних рекомендацій щодо застосування маркетингових технологій та інструментів у забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку регіонів. У контексті опрацювання визначеної проблематики обґрунтовано теоретичні основи застосування маркетингових технологій та інструментів у процесах сталого розвитку регіонів, здійснено дослідження сталого розвитку Карпатського регіону за критеріями економічної стійкості, соціального виміру й екологічної результативності та впливу маркетингових технологій на його динаміку, запропоновано механізми інтеграції інноваційних маркетингових технологій у регіональні стратегії сталого розвитку Чернівецької області.</p>

---

У роботі запропоновано уточнене трактування сталого соціально-економічного розвитку регіону як інтегрованого, багаторівневого й мультифакторного динамічного процесу якісних і кількісних трансформацій у регіональній економіці та суспільному житті, орієнтованого на досягнення нової якості життя, розширення доступу населення до ресурсів належного рівня, зміцнення людського потенціалу й посилення значення знань у підвищенні конкурентоспроможності регіону, що забезпечується інтегрованою взаємодією стейкхолдерів. Розширено класифікацію чинників соціально-економічного розвитку за критерієм цільових аудиторій, що дає змогу формувати таргетовані стратегії розвитку регіону та сприяти зростанню його привабливості. Систему принципів сталого розвитку регіону доповнено принципами клієнтоцентричності, орієнтації на цінності сталості й цифровізації соціально-економічного середовища. Завдяки цьому формується чітка логіка ухвалення та практичної реалізації маркетингових рішень на рівні регіону.

Обґрунтовано, що в умовах BANI-середовища маркетинг стає механізмом адаптації територіальної системи, підтримання довіри між стейкхолдерами, підвищення конкурентоспроможності й формування гнучких стратегій регіонального розвитку. Доведено, що досягнення цілей сталого розвитку регіону пов'язано з використанням соціально-етичної та партнерської концепції маркетингу. Уточнено сутнісне наповнення маркетингової технології в маркетингу територій і наголошено на важливій ролі цифровізації у процесі маркетингової підтримки соціально-економічного розвитку регіонів, що забезпечує комунікацію з цільовими аудиторіями, просування регіонального бренду, залучення інвестицій, розвиток туризму й підтримку локального бізнесу. Запропоновано структуру маркетингового механізму сталого соціально-економічного розвитку регіону, яка охоплює цільову орієнтацію, об'єкт (регіон як цілісну систему), суб'єктів реалізації, принципи функціонування, маркетингову технологію, а також засоби й інструменти впливу.

Розроблено методичний підхід до визначення напрямів поетапного застосування маркетингових технологій та інструментів у забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку регіонів, що сприяє інтеграції маркетингової діяльності в систему регіонального стратегічного планування на засадах збалансованості економічного зростання, соціальної інклюзивності, екологічної стійкості. Визначено, що маркетинговий механізм функціонує в межах системи стратегічного управління територією та є частиною регіональної політики сталого розвитку. Її трактують як системну та адаптивну сукупність інституційних, економічних і маркетингових механізмів управління регіоном, спрямованих на забезпечення довгострокової збалансованості розвитку з урахуванням інтересів головних стейкхолдерів.

Під час аналізу економічної стійкості Карпатського регіону у 2015–2024 роках за обраними критеріями встановлено, що історично сформовані структурні диспропорції довоєнного періоду зумовили вразливість регіональної економіки в умовах пандемії та повномасштабної війни. Водночас результати дослідження показали, що маркетингові технології відіграють важливу роль в адаптації бізнесу й регіональної економіки до структурних, інфляційних та інвестиційних обмежень. Маркетинговими

---

чинниками, які найбільше впливають на динаміку економічної стійкості, визначено інвестиційну привабливість, розвиток територіального брендингу, сталий туризм і цифровізацію, екологічне підприємництво та креативні індустрії.

Комплексне оцінювання соціального складника розвитку Карпатського регіону, здійснене з урахуванням показників зайнятості й безробіття, рівня доходів населення, стану освітньої інфраструктури, підготовки наукових кадрів, демографічних змін і доступності соціальних послуг, засвідчило потребу ширшого залучення стейкхолдерів до формування адресних маркетингових стратегій регіонального розвитку. Такий комплексний підхід сприяє підвищенню соціальної стійкості через цільову підтримку найбільш вразливих територій на засадах партнерської моделі розвитку. Зазначено, що ефективними інструментами залучення стейкхолдерів і посилення соціальної стійкості є стейкхолдер-маркетинг, соціальний і цифровий маркетинг, застосування яких підвищує інклюзивність й адресність регіональної політики.

Оцінювання екологічної результативності розвитку екосистеми регіону дало змогу окреслити основні обмеження, виклики й можливості застосування інструментів зеленого маркетингу й розвитку екологічного туризму. Серед стримувальних чинників є такі: фрагментованість інституційного управління, недостатня узгодженість стратегічних пріоритетів, обмежені фінансові ресурси, зростання антропогенного навантаження та наслідки воєнного періоду. Обґрунтовано, що стратегічним напрямом подолання зазначених дисбалансів є системна інтеграція комплексу маркетингових інструментів, яка сприятиме укріпленню екологічного бренду, просуванню туристичної дестинації, підвищенню конкурентоспроможності, формуванню екологічно відповідальної поведінки стейкхолдерів, інвестиційної і поселенської привабливості регіону й зміцненню його довгострокової екологічної стійкості.

Удосконалено методику багатоетапного бенчмаркінгу застосування маркетингових технологій та інструментів у стратегіях сталого розвитку регіонів. Її основу становлять ідентифікація та відбір функціонально адаптивних еталонних кейсів провідних європейських регіонів. Це враховує сучасні тенденції євроінтеграційних процесів і можливості адаптації європейського досвіду до умов розвитку українських територій. В умовах використання відкритих інформаційних ресурсів критеріями відбору визначено результативність маркетингових практик, рівень інтеграції маркетингових інструментів у стратегії розвитку міст і регіонів, адаптивність до місцевих умов, а також вплив на соціально-економічні й культурні процеси, розвиток туристичних дестинацій в концепції сталості та підвищення міжнародної впізнаваності регіону. Здійснений бенчмаркінг засвідчив, що маркетинг територій став важливим етапом трансформації соціально-економічних процесів і посилення євроінтеграційної орієнтації регіонального розвитку. Він поєднує стратегічне планування, використання традиційних і цифрових інструментів, міжсекторальну співпрацю й орієнтацію на принципи сталого розвитку.

Розроблено та апробовано методику маркетингового дослідження проблем і бар'єрів упровадження маркетингових технологій у регіональні стратегії сталого розвитку. Вона поєднує соціально-

---

---

демографічний, інституційний, управлінський та експертний компоненти й доповнена глибинними інтерв'ю зі стейкхолдерами. Її застосування допомогло виявити регіонально-специфічні обмеження й сформувавши практичні рекомендації щодо інтеграції маркетингових рішень у стратегію сталого розвитку Чернівецької області.

Запропоновано інституційну модель Центру трансферу знань у Чернівецькій області, стратегічна траєкторія розвитку якого визначає послідовність організаційних, управлінських і методологічних заходів, спрямованих на формування ефективної системи передачі знань, інтеграцію регіональних ресурсів і посилення інноваційного потенціалу регіону. Визначено дорожню карту створення та розвитку інноваційної регіональної інституції, окреслено цілі, завдання й індикатори результативності, сформовано алгоритм взаємодії між органами влади, університетами, науково-дослідними установами, бізнесом і громадським сектором.

Обґрунтовано доцільність використання Чернівецької області як пілотної території для впровадження інструментів маркетингу гідності, екологічного й соціального маркетингу в умовах воєнних викликів. Запропоновано створення регіональної агенції екологічного маркетингу та платформи моніторингу зеленого розвитку області. Для посилення соціального складника сталого розвитку розроблено проекти «Регіональна продуктова панель сталості» та «Продовольчий кошик жителя» як спеціалізовані маркетингові інструменти формування репрезентативного набору товарів і послуг повсякденного споживання, що є носіями локального соціального й економічного капіталу. Ініціативи орієнтовані на підвищення продовольчої безпеки, підтримку місцевого бізнесу й зміцнення економічної стійкості регіону. Удосконалено концептуальну модель SAI, яка охоплює три критично важливі виміри адаптивної стійкості та орієнтована на створення балансу між сталим розвитком територій, гнучкістю управлінських рішень та інтеграцією цифрових інструментів у регіональні системи управління. У межах запропонованої моделі сталість (Sustainability) забезпечується застосуванням цифрових інструментів для підтримання екологічної, соціальної та економічної збалансованості регіональних систем. Адаптивність (Adaptivity) відображає здатність цифрових маркетингових стратегій гнучко реагувати на зміни соціально-економічних умов на основі аналітики даних, прогнозування та автоматизованих комунікацій. Інтегрованість (Integration) передбачає узгодження цифрових практик із регіональними стратегіями розвитку, формування єдиних інформаційно-комунікаційних екосистем і посилення взаємодії між державним, бізнесовим і громадським секторами.

---

### 2.3. Ключові слова дисертації

сталий соціально-економічний розвиток, регіон (територія), розвиток, регіональна економіка, регіональна політика, регіональний розвиток, маркетинг, маркетингові технології та інструменти, цифровізація, трансформація, євроінтеграція, критерії, маркетингова стратегія, туризм та туристична дестинація, регіональна стратегія

---

### 2.4. Посилання, за яким розміщено текст дисертації на сайті ЗВО

<https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/14348>

## 2.7. Публікації здобувача, зараховані за темою дисертації

Буднікевич І.М., Клипач А.Я. Суть та чинники соціально-економічного розвитку регіону. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2025. № 4.

Рік	2025
Ключові слова	соціально-економічний розвиток, регіон, чинники розвитку, маркетинг територій, сталий розвиток, цільові аудиторії
DOI	10.54929/3041-2390-2025-04-01-08
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://www.alsrt.com.ua/index.php/economics/article/view/2025-04-01-08/2025-04-01-08">https://www.alsrt.com.ua/index.php/economics/article/view/2025-04-01-08/2025-04-01-08</a>

Буднікевич І.М., Клипач А.Я. Еволюція маркетингових технологій в контексті регіонального розвитку. Часопис економічних реформ. 2024. № 3 (55). С.77-88.

Рік	2024
Ключові слова	регіон, регіональна економіка, маркетинг територій, маркетингові технології, інноваційні маркетингові технології, соціально-економічний розвиток регіону, маркетингові інструменти, цифрова економіка
DOI	10.32620/cher.2024.3.09
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="http://nti.khai.edu/ojs/index.php/cher/article/view/2549/2446">http://nti.khai.edu/ojs/index.php/cher/article/view/2549/2446</a>

Клипач А.Я. Маркетинговий механізм соціально-економічного розвитку регіону. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. Т. 26. Вип. 1(74). С.83-91.

Рік	2025
Ключові слова	соціально-економічний розвиток регіону, механізми розвитку регіону, регіональна економіка, маркетинговий механізм, маркетинг територій, маркетингові інструменти
DOI	10.24025/2306-4420.1(74).2025.326276
ISSN	–
Одноосібне авторство	так
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/326276/316506">https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/326276/316506</a>

Клипач А.Я. Напрями адаптації маркетингових практик сталого соціально-економічного розвитку

(досвід Малопольського воєводства Польщі). Науковий вісник Чернівецького національного університету. Економіка. 2025. Вип. 2. С.76-86.

Рік	2025
Ключові слова	соціально-економічний розвиток, сталий розвиток, брендинг регіону, конкурентоспроможність регіонів, маркетинг територій, геомаркетинг, регіональна стратегія
DOI	10.32782/ecovis/2025-2-11
ISSN	–
Одноосібне авторство	так
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/294/264">https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/294/264</a>

Буднікевич І.М., Черданцева І.М., Клипач А.Я. Регіональний продовольчий ринок в кризовий період: аналіз споживчої поведінки. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. У 3-х частинах. 2015. №39, Т.2. С. 130-136.

Рік	2015
Ключові слова	регіональний продовольчий ринок, споживча поведінка, продовольча безпека, продовольча панель, структура продовольчого кошика, регіональна продовольча криза, маркери диспропорцій
DOI	10.24025/2306-4420.2.39.2015.84491
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/84491/80030">https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/84491/80030</a>

Клипач А.Я., Черданцева І.Г. Детермінанти структури продовольчого ринку України. Економічний форум. 2017. №2. С.158-163.

Рік	2017
Ключові слова	продовольчий ринок, детермінанти, структура експорту/імпорту продовольства, споживчий кошик, продовольча безпека
DOI	–
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://e-forum.com.ua/uk/journals/tom-4-2-2017">https://e-forum.com.ua/uk/journals/tom-4-2-2017</a>

Черданцева І. Г., Клипач А.Я. Оцінка комунікаційної активності роздрібних продовольчих торговельних мереж в Чернівецькій області. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2017. Вип. 45, Ч. І. С. 85-94.

Рік	2017
Ключові слова	роздрібні торговельні мережі, маркетингові комунікації, комунікаційна активність, рівень залученості, загальномережева діяльність
DOI	–
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2017_45(1)_13">http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2017_45(1)_13</a>

Гавриш І.І., Буднікевич І.М., Клипач А.Я. Маркетингова концепція адаптивного просування міського продукту з урахуванням соціальних та культурних особливостей території. Науковий вісник Чернівецького національного університету: Економіка. 2016. Вип. 777-778. С. 125-132.

Рік	2016
Ключові слова	маркетинг міста, маркетингові коцепції, маркетингове середовище, адаптивність, міський продукт, стратегії міського розвитку, просування
DOI	–
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://ef.chnu.edu.ua/media/cm2noo52/777-778_online_final.pdf">https://ef.chnu.edu.ua/media/cm2noo52/777-778_online_final.pdf</a>

Клипач А.Я., Черданцева І.Г. Проблеми та перспективи функціонування роздрібних торговельних мереж на регіональному ринку. Науковий вісник Чернівецького національного університету: Економіка. 2012. Вип. 623-626. С. 89-95.

Рік	2012
Ключові слова	торговельна мережа, роздрібна торгівля, регіональні постачальники, регіональна експансія, продовольчі товари
DOI	–
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchu_ec_2012_623-626_19">http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchu_ec_2012_623-626_19</a>

### 3. Захист

3.1. Посилання, за яким здійснюватиметься онлайн-трансляція захисту

<https://www.youtube.com/channel/UC7PNEvK5g8CET3dTxA-x0yQ>

### 4. Разова рада

4.1. Дата рішення Вченої ради про утворення разової ради 27.04.2026

4.2. Дата наказу про введення у дію рішення Вченої ради про утворення разової ради 28.04.2026

### **Голова разової ради**

ПІБ	<b>Зибарева Оксана Василівна</b>
Місце роботи	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Посада	професор (Основне місце роботи)
Факультет або інший структурний підрозділ	Економічний факультет
Науковий ступінь	Доктор наук, 08.00.05 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка
Дата отримання диплома доктора філософії (кандидата наук)	–
ORCID	0000-0002-3069-6462

### *Публікації за тематикою дисертації*

Зибарева О.В., Підгірна В.Н. Проблеми та перспективи сталого розвитку регіонів України. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2026. Т. 11. № 1. С. 153–157.

Рік	2026
Ключові слова	сталий розвиток, регіон, регіональний розвиток, цифровізація, європейська інтеграція, маркетингові інструменти, інноваційний розвиток
DOI	10.36887/2415-8453-2026-1-28
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://ujae.org.ua/problemy-ta-perspektyvy-stalogo-rozvytku-regioniv-ukrayiny/">https://ujae.org.ua/problemy-ta-perspektyvy-stalogo-rozvytku-regioniv-ukrayiny/</a>

Зибарева О.В., Яскал О.О. Роль маркетингових інструментів у забезпеченні сталого розвитку регіонів в умовах євроінтеграції. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2026. №1. С. 101-106.

Рік	2026
Ключові слова	регіон, сталий розвиток, цифровізація, маркетингові інструменти, євроінтеграція, трансформація, інноваційний розвиток, Україна
DOI	10.36887/2524-0455-2026-1-22
ISSN	–

Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://apie.org.ua/uk/rol-marketingovikh-%d1%96nstrument%d1%96v/">https://apie.org.ua/uk/rol-marketingovikh-%d1%96nstrument%d1%96v/</a>

Pushak Ya., Pidhirna V., Zybareva O. Change management as a tool for sustainable development of tourism organizations in Ukraine in the context of European integration *Economic Herald of the Donbas*. 2025. №4 (82). P. 109-114.

Рік	2025
Ключові слова	management, tourism, sustainable tourism, change management, European integration, digitalization, sustainable development, marketing tools
DOI	10.12958/1817-3772-2025-4(82)-109-114
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://evd.luguniv.edu.ua/index.php/evd/article/view/769/771">https://evd.luguniv.edu.ua/index.php/evd/article/view/769/771</a>

### **Рецензент**

ПІБ	<b>Кифяк Олександр Васильович</b>
Місце роботи	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Посада	професор (Основне місце роботи)
Факультет або інший структурний підрозділ	Економічний факультет
Науковий ступінь	Доктор наук, 08.00.05 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка
Дата отримання диплома доктора філософії (кандидата наук)	–
ORCID	0000-0003-3689-8548

### *Публікації за тематикою дисертації*

Кифяк О.В., Кифяк В.Ф. Якість життя населення як базовий індикатор соціально-економічного розвитку регіону. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2024. Вип. I (93). Економічні науки. С. 27-38.

Рік	2024
Ключові слова	якість життя, індикатори, критерії, розвиток, регіон, оцінка, доходи, витрати, життєвий рівень
DOI	10.34025/2310-8185-2024-1.93.03
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні

таємницю / службову  
інформацію

Посилання <http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2024/v1/3.pdf>

Кифяк О. Організація транскордонного маркетингового центру: функції, завдання та напрямки діяльності. Вісник економіки. 2024. Вип. 1. С. 21–31.

Рік 2024

Ключові слова транскордонний маркетинговий центр, маркетинг, регіональна економіка, розвиток, транскордонна співпраця, прикордонні регіони

DOI 10.35774/visnyk2024.01.021

ISSN –

Одноосібне авторство так

Містить державну  
таємницю / службову  
інформацію ні

Посилання <https://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/htneu/article/view/1558/1691>

Кифяк О., Кифяк В. Стратегія розвитку сфери гостинності: регіональний контекст. Scientia fructuosa. 2024. No 5. С. 121-134.

Рік 2024

Ключові слова формування, регіональна стратегія, регіон, розвиток, сфера гостинності, європейський досвід, критерії, структурна модель

DOI 10.31617/1.2024(157)09

ISSN –

Одноосібне авторство ні

Містить державну  
таємницю / службову  
інформацію ні

Посилання <https://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/2178>

### **Рецензент**

ПІБ **Бабух Ілона Борисівна**

Місце роботи Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Посада доцент (Основне місце роботи)

Факультет або інший  
структурний підрозділ Економічний факультет

Науковий ступінь Кандидат наук, 08.00.05 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка

Дата отримання диплома  
доктора філософії (кандидата  
наук) 28.04.2015

ORCID 0000-0001-8274-5716

*Публікації за тематикою дисертації*

Бабух І. Б., Гордіца Т. М. Сталий розвиток регіонів України : загальноконцептуальне розуміння та механізм реалізації в умовах децентралізації. Бізнес-навігатор. 2025. Вип. 1 (78). С. 166-171.

Рік	2025
Ключові слова	регіон, регіональна економіка, регіональна політика, ринкова інфраструктура, сталий розвиток регіонів, соціально-економічний розвиток регіонів, управління регіональним розвитком, децентралізація, фіскальна децентралізація, європейський досвід, місцеві бюджети, місцеве оподаткування, місцеве самоврядування, інструменти політики сталого розвитку регіонів
DOI	10.32782/business-navigator.78-27
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://business-navigator.ks.ua/journals/2025/78_2025/29.pdf">https://business-navigator.ks.ua/journals/2025/78_2025/29.pdf</a>

Бабух І. Б. Розвиток регіональних економік : теоретичні підходи та стратегія управління. Економіка і регіон. 2025 № 1 (96). С. 55-61.

Рік	2025
Ключові слова	регіон, регіональна економіка, регіоналістика, теоретична база регіоналістики, методологічні позиції регіоналістики, чинники регіонального розвитку, регіональні ринки, стратегія управління регіональним розвитком, стратегічне планування, ресурсні обмеження, потенціал регіону, типи регіонального розвитку
DOI	10.26906/EiR.2025.1(96).3747
ISSN	–
Одноосібне авторство	так
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://journals.nupp.edu.ua/eir/uk/article/view/3747/3080">https://journals.nupp.edu.ua/eir/uk/article/view/3747/3080</a>

Бабух І. Б., Нікіфоров П. С. Кластерний підхід у розвитку регіональної економіки : теоретичні засади та механізми реалізації. Сталий розвиток економіки. 2026. № 1(58). С.645-650.

Рік	2026
Ключові слова	регіон, регіональна економіка, розвиток, маркетинг, кластерна модель, регіональний розвиток, інновації, взаємодія бізнесу та влади, синергія, ризики кластеризації, інвестиційна привабливість, типологія кластерів, економічна ефективність
DOI	10.32782/2308-1988/2026-58-84
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/">https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/</a>

**Офіційний опонент**

ПІБ	<b>Ковальська Любов Леонідівна</b>
Місце роботи	Луцький національний технічний університет
Посада	Декан (Основне місце роботи)
Факультет або інший структурний підрозділ	Факультет бізнесу та права
Науковий ступінь	Доктор наук, 08.00.05 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка
Дата отримання диплома доктора філософії (кандидата наук)	-
ORCID	0000-0003-2924-9857

*Публікації за тематикою дисертації*

Ковальська Л.Л., Дмитрук А.В. Маркетингово-логістичні інструменти забезпечення сталого розвитку мережевого ритейлу регіонів держави. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія. Економічні науки. 2025. Т. 26. №77(4).

Рік	2025
Ключові слова	маркетинг, маркетингові інструменти, логістичні інструменти, сталий розвиток, регіон, мережевий ритейл
DOI	10.24025/2306-4420.77(4).2025.349814
ISSN	-
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/349814">https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/349814</a>

Ковальська Л.Л. Маркетингова стратегія забезпечення сталого соціально-економічного розвитку регіонів. Науковий вісник Чернівецького національного університету: Економіка. 2024. №3-4. С. 59-64.

Рік	2024
Ключові слова	регіон, розвиток, сталий розвиток, соціально-економічний розвиток, маркетингова стратегія, маркетингові інструменти, цифровізація, позиціонування, брендинг, ринок
DOI	10.32782/ecovis/2024-3-4-9
ISSN	-
Одноосібне авторство	так
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/331/299">https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/331/299</a>

Ковальська Л.Л. Маркетингова стратегія підвищення привабливості туристичних дестинацій. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. Т. 26, Вип. 1(74). С.36-43.

Рік	2025
Ключові слова	маркетинг, маркетингова стратегія, маркетингові інструменти, маркетинг туристичних дестинацій, туристична дестинація, туристична індустрія
DOI	10.24025/2306-4420.1(74).2025.326275
ISSN	–
Одноосібне авторство	так
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/326275">https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/326275</a>

### **Офіційний опонент**

ПІБ	<b>Шульц Світлана Леонідівна</b>
Місце роботи	Державна установа "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього Національної академії наук України"
Посада	завідувач відділу (Основне місце роботи)
Факультет або інший структурний підрозділ	Відділ регіональної економічної політики - випускаючий відділ
Науковий ступінь	Доктор наук, 08.00.05 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка
Дата отримання диплома доктора філософії (кандидата наук)	–
ORCID	0000-0002-5603-5603

### *Публікації за тематикою дисертації*

Шульц С. Л., Янович А., Войтенко О. А. Територіальний маркетинг регіонів України в умовах цінових коливань споживчих ринків. Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій. 2026. №1(19). С.294-302.

Рік	2026
Ключові слова	територіальний маркетинг, регіон, розвиток, споживчий ринок, якість життя, комунікаційний менеджмент, цінові коливання, резильєнтність
DOI	10.32750/2026-0126
ISSN	–
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/728/557">https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/728/557</a>

Shults S., Luyskiv J. Areas and tools for regulating spatial and structural changes in the economy of

Рік	2024
Ключові слова	structural shifts, structure of the economy, spatial development, transformation, management tools, resources, digitalisation of the economy
DOI	10.62763/cb/2.2024.27
ISSN	-
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://www.econstor.eu/bitstream/10419/318687/1/EF_14_2_2024_27-37.pdf">https://www.econstor.eu/bitstream/10419/318687/1/EF_14_2_2024_27-37.pdf</a>

Шульц С. Антонюк М. Регіональна політика ЄС: генеза становлення та пріоритети сучасних трансформацій. Наукові інновації та передові технології. 2024. №10 (38). С. 452-463.

Рік	2024
Ключові слова	регіональна політика, структурні фонди, регіон, територія, євроінтеграція
DOI	10.52058/2786-5274-2024-10(38)-452-463
ISSN	-
Одноосібне авторство	ні
Містить державну таємницю / службову інформацію	ні
Посилання	<a href="https://perspectives.pp.ua/index.php/наука/article/view/15427/15497">https://perspectives.pp.ua/index.php/наука/article/view/15427/15497</a>

### Підтвердження

Я підтверджую, що:

- я належним чином уповноважений/а закладом освіти/науковою установою на подання цього повідомлення, і за потреби надам документ, який підтверджує ці повноваження
- усі відомості, викладені у цьому повідомленні, є достовірними

*Документ підписаний електронним підписом*

ЯКУБОВСЬКА НАТАЛІЯ ОЛЕКСІЇВНА

29.04.2026