

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0524U000337

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 02-10-2024

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Головчук Юлія Олександрівна

2. Yuliia O. Holovchuk

Кваліфікація: к. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-4516-109X

Вид дисертації: доктор наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 08.00.05

Назва наукової спеціальності: Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 08-10-2024

Спеціальність за освітою: Маркетинг

Місце роботи здобувача: Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова

Код за ЄДРПОУ: 26422537

Місцезнаходження: ,

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство охорони здоров'я України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 41.088.05

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, буд. 112, Одеса, 65039, 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: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, буд. 112, Одеса, 65039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 82.15.21.09, 06.71.57, 06.54.32

Тема дисертації:

1. Інноваційні засади формування маркетингових стратегій регіонального розвитку туризму в умовах нестабільності
2. Innovative principles of formation of marketing strategies for regional tourism development in conditions of instability

Реферат:

1. Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретико-методологічних засад розробки концептуальних засад формування маркетингових стратегій регіонального управління розвитком туризму з застосуванням інноваційних підходів. Проаналізовано наукові підходи до аналізу туризму як об'єкта регіональних економічних досліджень, розглянуто концептуальні основи регіонального розвитку туризму. Окреслено авторське концептуальне бачення сутності поняття «регіональна туристична система», що, на відміну від наявних підходів, акцентує увагу на інформаційних та іміджевих аспектах інноваційного розвитку туристичних систем в умовах нестабільності, а також вдосконалено поняття «регіонального туристичного продукту» який визначається нами як сукупність унікальних ціннісних пропозицій суб'єктів стратегічних туристичних груп і регіональних ланцюгів вартості, що володіють потенціалом брендингу і преміум ціноутворення. Обґрунтовано інноваційні засади регіонального управління розвитком туризму та

методологічні засади формування маркетингових стратегій регіонального розвитку. Здійснено дослідження інноваційних маркетингових підходів та технологій, які можуть допомогти привернути увагу туристів та зберегти конкурентні переваги в умовах нестабільності, включаючи використання цифрових медіа, соціальних мереж, впровадження віртуальної реальності та інших інноваційних засобів комунікації з потенційними туристами.

2. The dissertation is devoted to substantiating the theoretical and methodological foundations of the development of the conceptual foundations of the formation of marketing strategies for the regional management of tourism development with innovative approaches. Scientific approaches to analyzing tourism as an object of regional economic research are analyzed and the conceptual foundations of regional tourism development are considered. The author's conceptual vision of the essence of the concept of "regional tourism system" is outlined, which, in contrast to existing approaches, emphasizes the informational and image aspects of the innovative development of tourism systems in conditions of instability, as well as the concept of "regional tourism product", which we define as a set of unique value propositions of entities of strategic tourist groups and regional value chains, possessing the potential of branding and premium pricing. An analysis of the influence of political, economic and social instability on the formation of marketing strategies of regional tourism development was carried out, in particular, the peculiarities, challenges and opportunities arising in the conditions of an unstable environment were identified. The need for innovative orientation and systemic integration of the regional tourism marketing strategy in the absence of traditional tourism resources within the target territory is proved, the combination of selection factors and prospective efficiency of the regional competitive tourism marketing strategy is substantiated.

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: Освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії

Підсумки дослідження: Новий напрямок у науці і техніці

Публікації:

- 1. Holovchuk Y., Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Sokoliuk K. Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. *European journal of sustainable development*. 2019. Vol 8, No 3. P. 448-454. URL: <https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/898>. DOI: <https://doi.org/10.14207/ejsd.2019.v8n3p448> (Scopus, Web of Science) (0,4 друк. арк.) Особистий внесок: розглянуто особливості маркетингового менеджменту підприємств туристичної сфери в умовах трансформаційної економіки (0,2 друк. арк.)
- 2. Holovchuk Yu., Stadnyk V., Pchelianska G., Dybchuk L. The concept of marketing of balanced development and features of its implementation in the food market. *Agricultural and Resource Economics*. 2020. Vol. 6. No. 3. P. 80-95. URL: <https://are-journal.com/index.php/are/article/view/338/252> (Scopus, Web of Science) (0,8 авт. арк.). Особистий внесок: обґрунтовано концептуальні засади формування маркетингових стратегій на засадах збалансованого розвитку (0,4 авт. арк.)
- 3. Holovchuk Y., Stadnyk V., Krasovska G., Pchelianska G., Determinants of "green entrepreneurship" competitive strategies implementation in the agro-industrial sector of Ukraine. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*. 2021. № 628. URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/628/1/012032> (Scopus) (0,7 друк. арк.). Особистий внесок: визначено інноваційні детермінанти

маркетингових стратегій у сфері «зеленого підприємництва» (0,3 авт. арк.)

- 4. Holovchuk Y., Tanasiichuk A., Hromova O., Serednytska L., Shevchuk A. Market researches which are conducted for introduction of new product on the market. *European Journal of Sustainable Development*. Rome, Italy. 2020. Vol. 9. № 2. P. 525–531. (Scopus, Web of Science) (0,7 друк. арк.). Особистий внесок: обґрунтовано роль маркетингових досліджень у процесі впровадження нових товарів та послуг на регіональних ринках (0,3 авт. арк.)
- 5. Tanasiichuk A., Kovalchuk S., Nianko V., Boiko R., Drazhnitsya S., Holovchuk Y. Marketing Activities of Extractive Industry Enterprises in Ukraine in Overcoming the Consequences of the Corona Crisis. *European Journal of Sustainable Development*. 2022. 11(1) P. 147–161. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2022.v11n1p147> . (Scopus, Web of Science) (0,87 друк. арк.). Особистий внесок автора: проаналізовано особливості функціонування бізнес-середовища в посткризових умовах (0,4 друк. арк.)
- 6. Головчук Ю.О., Чорноконь С. Головчук Ю.О., Психологічні аспекти впливу product placement на споживачів. *Економіка та суспільство*. 2018. №19. 342–346. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/52.pdf (0,5 друк. арк.). Особистий внесок: визначено механізми впливу product placement на вибір споживачами товарів та послуг (0,2 друк. арк.)
- 7. Головчук Ю.О., Стадник В.В., Іжевський П.Г. Маркетинг взаємодії в розвитку інноваційного та ринкового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. №2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6101> (0,9 друк. арк.). Особистий внесок: визначено компоненти інноваційного потенціалу підприємств в контексті маркетингу взаємодії (0,4 друк. арк.)
- 8. Головчук Ю., Мельник Ю., Козуб М. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. *Економіка та суспільство*. 2018. №19. С. 337–341. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/51.pdf (0,5 друк. арк.). Особистий внесок автора: проаналізовано роль цифрового маркетингу у комунікаційних стратегіях (0,3 друк. арк.)
- 9. Головчук Ю.О., Стадник В.В. Маркетингові підходи до аналізу чинників макросередовища в контексті економічної безпеки бізнес-стратегій підприємств туристичної індустрії. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. №5. Т. 1. С. 224–232. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8502/1/24.pdf> (0,5 друк. арк.). Особистий внесок автора: обґрунтовано маркетингову концепцію бізнес-стратегій підприємств туристичної індустрії (0,3 друк. арк.)
- 10. Головчук Ю.О., Стадник В.В., Соколюк Г.О. Функція маркетингу в мінімізації ризиків партнерської взаємодії в бізнес-системах індустрії туризму. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2019. Вип. 2 (21). С. 132–145. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2019/19svvbit.pdf> (0,6 друк. арк.). Особистий внесок: охарактеризовано маркетингові аспекти функціонування регіональних бізнес-систем туристичної індустрії (0,3 друк. арк.)
- 11. Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Формування та особливості ефективної рекламної кампанії. *Економіка, управління та адміністрування*. 2020. №1 (91). С. 21–26. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/200760> (0,6 друк. арк.). Особистий внесок: виокремлено стратегічні пріоритети розробки ефективних рекламних кампаній (0,4 друк. арк.)
- 12. Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Виставково-ярмаркові заходи як складові формування партнерських відносин. *Агросвіт*. 2020. № 4. С. 91–98. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3107&i=13> (0,7 друк. арк.). Особистий внесок: окреслено перспективи використання виставково-ярмаркових заходів як елементу маркетингових стратегій регіонального розвитку (0,5 друк. арк.)
- 13. Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у систему підвищення якості співпраці підприємств зі споживачами. *Бізнес Інформ*. 2020. №4. С. 411–417. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-411-417> (0,7 друк. арк.). Особистий внесок: обґрунтовано концептуальні засади управління якістю в умовах інформаційного суспільства (0,4 друк. арк.)
- 14. Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. *Економіка та*

держава. 2020. №3. С.66–70. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/3_2020/14.pdf (0,6 друк. арк.).

Особистий внесок: обґрунтовано роль інноваційної парадигми у стратегічному бізнес-менеджменті і маркетингу (0,4 друк. арк.).

- 15. Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О., Дибчук Л.В. Стратегічні напрями маркетингової діяльності бізнесу в умовах транспарентності середовища. Економіка та держава. 2021. №3. С. 88–93. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.3.88 (0,6 друк. арк.). Особистий внесок: обґрунтовано стратегічні пріоритети розвитку бізнесу в сучасних умовах (0,3 друк. арк.).
- 16. Голод А.П., Штойко П.І., Головчук Ю.О. Концептуальні засади туристичної регіоналістики. Географія та туризм. 2022. Вип. 68. URL: <http://www.geolgt.com.ua/images/stories/zbirnik/vipusk68/v681.pdf> (0,9 друк. арк.). Особистий внесок: проаналізовано концепції маркетингу у розвитку туристичних регіонів (0,5 друк. арк.).
- 17. Графська О.І., Головчук Ю.О., Четирбук О.Р. Теоретичні засади дослідження туристичної інфраструктури як інноваційної основи регіонального розвитку туризму. Інфраструктура ринку. 2022. №66. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct66-26> (0,6 друк. арк.). Особистий внесок: проаналізовано теоретичні засади регіонального розвитку туризму (0,4 друк. арк.).
- 18. Графська О.І., Головчук Ю.О., Никига О.В. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Економіка та суспільство. 2022. № 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9>. (0,7 друк. арк.). Особистий внесок: охарактеризовано напрями впровадження маркетингових інновацій у регіональному розвитку туризму (0,4 друк. арк.).
- 19. Голод А.П., Головчук Ю.О., Мороз С.Р., Дудаш О.І. Модернізація санаторно-курортного господарства як чинник маркетингової політики регіонального розвитку туризму. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. №9. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8235> (0,5 друк. арк.). Особистий внесок: визначено місце санаторно-курортного господарства у концепції маркетингової політики регіонального розвитку туризму (0,2 друк. арк.).
- 20. Графська О.І., Головчук Ю.О., Гарасимчук Н.А. Стратегічні пріоритети розвитку регіональної економіки в умовах кризи. Економіка та суспільство. 2022. №43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-37> (0,7 друк. арк.). Особистий внесок автора: узагальнено стратегічні пріоритети кризового менеджменту туризму в регіоні (0,4 друк. арк.).
- 21. Паска М. З., Головчук Ю. О., Гарасимчук Н. А. Гастрономічний туризм як елемент маркетингових стратегій розвитку регіональної економіки в умовах кризи. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. №6. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-6-8086> (0,6 друк. арк.). Особистий внесок: окреслено проблеми формування маркетингових стратегій розвитку регіональної економіки в умовах кризи (0,3 друк. арк.).
- 22. Головчук Ю.О., Мороз С.Р., Цецьців Д.С. Управління туристичними дестинаціями: інноваційні маркетингові підходи. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2022. №5. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-12-02> (0,7 друк. арк.). Особистий внесок: розроблено інноваційні маркетингові підходи управління туристичними дестинаціями (0,3 друк. арк.).
- 23. Головчук Ю.О., Мороз С.Р. Кучер П.В. Розвиток оздоровчого туризму як напрям модернізації санаторно-курортного господарства регіону. Економіка та суспільство. 2022. №69. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastuct69-39> (0,9 друк. арк.). Особистий внесок: охарактеризовано маркетингові механізми розвитку туристичної сфери регіону (0,4 друк. арк.).
- 24. Голод А.П., Графська О.І., Головчук Ю.О., Дудаш О.І., Крижанівський Т.Я. Модернізація регіональних туристичних систем на засадах сталого розвитку. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2023. №2. С. 11–16. DOI: 10.25313/2520-2294-2023-2-8600 (0,6 друк. арк.). Особистий внесок: обґрунтовано стратегічні пріоритети маркетингового забезпечення розвитку туризму в регіоні на засадах сталості (0,2 друк. арк.).
- 25. Головчук Ю.О., Никига О.В., Запісоцький А.І. Інноваційні засади розвитку промислового туризму. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2023. 2(39). URL: <http://www.easterneurope->

ebm.in.ua/index.php/vipusk-39-2023 (0,83 друк. арк.). Особистий внесок: сформовано концепцію інноваційного розвитку туризму в регіоні в умовах виходу із кризи (0,3 друк. арк.).

- 26. Графська О.І., Головчук Ю.О., Кулик О.М. Інноваційні інструменти маркетингових стратегій розвитку туризму на регіональному рівні. Інфраструктура ринку. 2023. №71. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/38.pdf (0,79 друк. арк.). Особистий внесок: визначено інноваційні підходи до формування маркетингових стратегій регіонального розвитку туризму (0,4 друк. арк.).
- 27. Головчук Ю.О., Худоба О.М., Боднар Р. О. Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. №8. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-03> (0,86 друк. арк.). Особистий внесок: охарактеризовано напрями впровадження діджиталізації у регіональний туристичний маркетинг (0,3 друк. арк.).
- 28. Федоришина Л., Головчук Ю., Боднар Р. Туризм як об'єкт регіональних економічних досліджень. Економіка та суспільство. 2023. №57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-88> (0,67 друк. арк.). Особистий внесок: охарактеризовано філософський зміст та структуру категорії «туризм» (0,3 друк. арк.).
- 29. Головчук Ю.О. Методологічні особливості формування конкурентних бізнес-стратегій. Актуальні проблеми економіки та управління: теоретичні і практичні аспекти: тези доп. учасників VI Міжнар. наук.-практ. конф. 14–16 травня 2020 р., Хмельницький: ХНУ, 2020. С. 216–218 (0,4 друк. арк.)
- 30. Головчук Ю.О. Рекламний креатив як ефективний інструмент проведення рекламної кампанії. Інституціональне забезпечення розвитку споживчого ринку регіону: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. викладачів та практик. працівників. 22 квітня 2020 р., Вінниця: Вінницький кооперативний інститут, 2020. С. 89–91 (0,4 друк. арк.)
- 31. Головчук Ю.О. Партнерські відносини як складний процес взаємної адаптації підприємницької діяльності. Наука та освіта в дослідженнях молодих учених : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. для студентів, аспірантів, докторантів, молод. учених. 14 травня 2020 р., Харків, 2020. С. 66–68 (0,4 друк. арк.)
- 32. Головчук Ю.О. Ефективність формування ланцюга партнерських відносин. Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених. 16 квітня 2020 р., Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2020. С. 23–25 (0,4 друк. арк.)
- 33. Головчук Ю.О. Соціальна реклама як маніпулятивний інструмент психологічного впливу. Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки : збірн. наук. статей за матеріалами VI Всеукр. наук.-практ. конф. 16–17 квітня 2020 р., Дніпро: НМетАУ, 2020. С. 44–47 (0,5 друк. арк.)
- 34. Головчук Ю.О., Стадник В.В. Партнерські відносини як об'єкт стратегічного планування в бізнес-мережах. Журналістика та реклама: вектори взаємодії: збірн. наук. праць II Міжнар. наук.-практ. конф. 19 березня 2020 р., Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. С. 102–105. (0,3 друк. арк.). Особистий внесок: обґрунтовано роль партнерських відносин у стратегічному бізнес-плануванні (0,2 друк. арк.)
- 35. Головчук Ю.О. Особливості застосування інноваційних концепцій розвитку у формуванні ефективної маркетингової стратегії. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту: актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення : збірн. тез доп. III Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнар. Учасю. 19–20 травня 2020 р., Тернопіль: ТНЕУ, 2020. С. 86–87 (0,3 друк. арк.)
- 36. Головчук Ю.О. Вдосконалення стратегічного планування для забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 21–22 травня 2020 р., Київ : КНЕУ, 2020. С. 119–120. (0,2 друк. арк.)
- 37. Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Маркетингова стратегія в управлінні розвитком підприємства. Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 18 лютого 2020 р., Луцьк : СЛУ ім. Л. Українки, 2020. С.38–40 (0,4 друк. арк.) Особистий

внесок автора: обґрунтовано роль маркетингових стратегій в управлінні розвитком підприємств (0,3 друк. арк.)

- 38. Головчук Ю.О. Концептуальні засади організації стратегічного управління конкурентоспроможністю. Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток: матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. 27-28 травня 2020 р., Харків: ХНУБА, 2020. С. 335-336 (0,2 друк. арк.)
- 39. Голод А.П., Головчук Ю.О. Брендинг як елемент маркетингових стратегій регіонального розвитку туризму в Україні. Міжнародний та національний досвід суспільно-географічного розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. 29 жовтня 2021 р., Мукачево: РВВ МДУ, 2021. С. 65-67. (0,4 друк. арк.) .Особистий внесок: виокремлено проблеми регіонального туристичного брендингу в Україні (0,2 друк. арк.)
- 40. Дармограй В.І., Головчук Ю.О., Четирбук О.Р. Проблеми маркетингу туристичних дестинацій прикордонних регіонів. Теоретичні аспекти та практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. 30 листопада 2021 р., Київ: ТНУ ім. В. Вернадського, 2021. С. 87-91. (0,4 друк. арк.). Особистий внесок автора: окреслено напрями вирішення проблем маркетингу дестинацій прикордонних регіонів (0,3 друк. арк.).
- 41. Голод А., Головчук Ю. Проблеми маркетингового забезпечення регіональної туристичної політики в Україні. Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування : тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф. 21 вересня 2022 року, Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. С. 179-180. (0,3 друк. арк.). Особистий внесок автора: обґрунтовано маркетингові механізми реалізації регіональної туристичної політики в Україні (0,2 друк. арк.).
- 42. Головчук Ю.О. Інноваційні напрями туристичного брендингу регіону. Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. з міжнар. участю 19 травня 2022 року, Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. С. 353-355. (0,4 друк. арк.)
- 43. Головчук Ю. Регіональний менеджмент туризму: маркетингові підходи. Теорія та практика менеджменту: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. 24-26 травня 2022 року, Луцьк, 2022. С. 105-107. (0,4 друк. арк.)
- 44. Holovchuk Yu. Directions of Ukrainian regions economic development in crisis. Relationship between public administration and business entities management: 2nd International Conference proceedings. November, 12, 2022, Tallinn, Estonia. DOI: <http://dx.doi.org/10.36690/RPABM-2022-35> (0,3 друк. арк.)
- 45. Головчук Ю., Голод А. Маркетингові механізми модернізації системи надання санаторно-курортних послуг. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез. III Міжнар. наук.-практ. конф. 06 жовт. 2022 р. Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2022. С. 228-230. (0,3 друк. арк.). Особистий внесок: обґрунтовано маркетингові механізми санаторно-курортних закладів регіону (0,2 друк. арк.).

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0012U100169 00122U000314 0122U000731 0119U100086

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Устік Тетяна Володимирівна

2. Tetiana Ustik

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

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, буд. 160, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Чечетова Наталя Федорівна

2. Natalia F. Chechetova

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського

Код за ЄДРПОУ: 02070976

Місцезнаходження: , Сімферополь, Сімферопольський р-н., , Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бондаренко Валерій Михайлович

2. Valerii M. Bondarenko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет біоресурсів і природокористування України

Код за ЄДРПОУ: 00493706

Місцезнаходження: вул. Героїв Оборони, буд. 15, Київ, 03041, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лагодієнко Володимир Вікторович

2. Vladimir Lahodiyenko

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, буд. 112, Одеса, 65039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Добрянська Наталя Анатоліївна

2. Natalia Dobrianska

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

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=3zkou4IAAAAJ&hl=en>

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, буд. 112, Одеса, 65039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Крупіца Ірина Вікторівна

2. Iryna Krupitsa

Кваліфікація: д. е. н., доцент, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, буд. 112, Одеса, 65039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

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

Лагодієнко Володимир Вікторович

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

Лагодієнко Володимир Вікторович

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Крупіца І.В.

Реєстратор

УкрІНТЕІ

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна