

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0524U000388

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 12-11-2024

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Газуда Сергій Михайлович

2. Serhiy M. Hazuda

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-8148-6783

Вид дисертації: доктор наук

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: 22-11-2024

Спеціальність за освітою: Економіка підприємства

Місце роботи здобувача: Державний вищий навчальний заклад "Ужгородський національний університет"

Код за ЄДРПОУ: 02070832

Місцезнаходження: вул. Підгірна, буд. 46, Ужгород, Ужгородський р-н., 88000, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

III. Відомості про дисертацію

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 32.075.03

Повне найменування юридичної особи: Луцький національний технічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05477296

Місцезнаходження: вул. Львівська, буд. 75, Луцьк, Луцький р-н., 43018, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

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

Повне найменування юридичної особи: Луцький національний технічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05477296

Місцезнаходження: вул. Львівська, буд. 75, Луцьк, Луцький р-н., 43018, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.61.33, 06.81.03

Тема дисертації:

1. Механізм формування та розвитку брендингу аграрних регіонів в умовах євроінтеграції
2. The mechanism of formation and development of branding of agrarian regions in the context of European integration

Реферат:

1. Дисертацію присвячено теоретико-методологічним засадам і прикладним рекомендаціям щодо розробки механізму формування та розвитку брендингу аграрних регіонів в умовах євроінтеграції. Об'єктом дослідження є процеси формування та розвитку брендингу аграрних регіонів в умовах євроінтеграції. Предметом дослідження є теоретико-методологічні і прикладні засади формування та розвитку брендингу аграрних регіонів. Досліджено еволюцію теорій та концепцій розвитку брендингу аграрних регіонів. Розроблено концепцію брендингу аграрних регіонів та виділено основні постулати, які слід враховувати при його формуванні та розвитку: сталий розвиток, продовольча безпека та збалансований ринок. Окреслено основні характеристики брендингу аграрних регіонів: стратегія забезпечення конкурентоспроможності

регіону; система соціальних, економічних та екологічних цінностей регіону; сукупність цінностей, що визначають ідентичність регіону. Запропоновано дефініцію «брендинг аграрних регіонів» трактувати як систему стратегічних взаємин між стейкхолдерами, дія яких спрямована на формування та розвиток брендкових передумов та брендової спеціалізації, а також ефективне їх використання задля забезпечення пізнаваності території, з метою створення бренд-капіталу та підвищення рівня якості життя місцевого населення. Систематизовано фактори впливу на процес формування та розвитку брендингу регіонів. Досліджено вітчизняний і зарубіжний досвід формування та розвитку брендингу аграрних регіонів. Розроблено кластерну модель зміцнення брендкових спеціалізацій аграрних регіонів. Запропоновано методологічну основу євроінтеграційного розвитку брендингу аграрних регіонів: теоретико-методологічну, аналітичну, прикладну. Розроблено концептуальну модель розвитку партнерських відносин між суб'єктами аграрних регіонів в умовах євроінтеграції, в основу якої закладено принципи відповідального виробництва та свідомого споживання. Розроблено методіку діагностики тенденцій формування та розвитку брендингу аграрних регіонів. Здійснено аналітичне дослідження потенціалу аграрних регіонів, виявлено їх можливості щодо формування та розвитку аграрного потенціалу. Проведено діагностику стану та тенденцій брендкових передумов, брендової спеціалізації та ефективності брендингу аграрних регіонів. Здійснено типологізацію аграрних регіонів держави за критеріями: рівень брендкових передумов аграрних регіонів – рівень ефективності брендингу аграрних регіонів. Проведено кореляційний аналіз між рівнем брендингу аграрних регіонів та факторними ознаками: рівнем брендкових передумов та рівнем ефективності брендингу. Розроблено механізм формування та розвитку брендингу аграрних регіонів. Запропоновано процес стратегування брендингу аграрних регіонів. Окреслено інструменти формування та розвитку брендингу аграрних регіонів. Розроблено підхід до формування та розвитку бренд-капіталу аграрних регіонів в умовах євроінтеграції. Запропоновано фреймову модель взаємодії стейкхолдерів для формування бренд-капіталу аграрних регіонів в умовах євроінтеграції. Обґрунтовано концептуальну модель зміцнення брендкових спеціалізацій регіонів в їх євроінтеграційному розвитку. Розроблено оптимізаційну модель формування та розвитку брендингу аграрних регіонів.

2. The dissertation is devoted to theoretical and methodological foundations and applied recommendations for the development of a mechanism for the formation and development of branding of agrarian regions in the context of European integration. The object of research is the processes of formation and development of branding of agrarian regions in the conditions of European integration. The subject of the study is the theoretical, methodological and applied principles of formation and development of branding of agrarian regions. The evolution of theories and concepts of development of branding of agrarian regions is studied. The concept of branding of agrarian regions is developed and the main postulates that should be taken into account in its formation and development are allocated: sustainable development, food security and a balanced market. The main characteristics of branding of agrarian regions are outlined: a strategy for ensuring the competitiveness of the region; a system of social, economic and environmental values of the region; a set of values that determine the identity of the region. The definition of 'branding of agrarian regions' is proposed to be interpreted as a system of strategic relationships between stakeholders, whose action is aimed at the formation and development of brand prerequisites and brand specialisation, as well as their effective use to ensure the recognition of the territory, in order to create brand capital and improve the quality of life of the local population. The factors influencing the process of formation and development of regional branding are systematised. The domestic and foreign experience of formation and development of branding of agrarian regions is studied. A cluster model for strengthening the brand specialisations of agrarian regions has been developed. A methodological basis for the European integration development of branding of agrarian regions is proposed: theoretical and methodological, analytical, and applied. A conceptual model for the development of partnerships between the entities of agrarian regions in the context of European integration, based on the principles of responsible production and conscious consumption, has been developed. A methodology for diagnosing trends in the formation and development of branding of agrarian regions has been developed. An analytical study of the potential of agrarian regions was carried out, their capabilities for the formation and development of agricultural potential were identified.

Diagnostics of the state and trends of brand prerequisites, brand specialisation and branding efficiency of agrarian regions is carried out. A typology of agrarian regions of the country is carried out according to the following criteria: the level of brand prerequisites of agrarian regions – the level of efficiency of branding of agrarian regions. A correlation analysis between the level of branding of agrarian regions and the following factor attributes: the level of brand prerequisites and the level of branding efficiency is carried out. A mechanism for the formation and development of branding of agrarian regions has been developed. The process of strategising the branding of agrarian regions is proposed. The tools for the formation and development of branding of agrarian regions are outlined. An approach to the formation and development of brand capital of agrarian regions in the context of European integration is developed. A framework model of stakeholder interaction for the formation of brand capital of agrarian regions in the context of European integration is proposed. The conceptual model of strengthening the brand specialisations of regions in their European integration development is substantiated. An optimisation model for the formation and development of branding of agrarian regions has been developed.

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: Технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- 1. Газуда Л. М., Ерфан В. Й., Газуда С. М. Сільський розвиток регіону: кол. монографія. Ужгород: Вид-во ФОП Сабов А. М., 2015, 251 с. (12,0 д.а./ 0,5 д.а.; авторський внесок: окреслено концептуальні засади забезпечення результативного сільського розвитку на перспективу з виокремленням завдань регіонального менеджменту у процесі формування стратегічних орієнтирів розвитку аграрної сфери).
- 2. Газуда Л. М., Газуда С.М., Ерфан В.Й. Регіональні особливості розвитку сфери туризму та гостинності. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання сьоме / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2021, 247-258. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/39024>. (0,86 д.а./ 0,3 д.а.; авторський внесок: здійснено оцінку сучасного стану та перспектив використання потенціалу аграрних регіонів з огляду на туристичну привабливість Закарпаття, надання туристичних послуг споживачам).
- 3. Газуда М. В., Газуда С.М., Білей Є. В. Ко-брендинг у системі маркетингових альянсів сфери агротуризму. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання восьме / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2022. 408 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21995/1/Rozd%202.7.pdf>. (0,78 д.а./ 0,38 д.а.; авторський внесок: окреслено особливості формування ко-брендингових маркетингових альянсів у сфері агротуристичної діяльності на основі створення загального образу пропонованого туристичного продукту і формування свідомості споживача щодо нього).
- 4. Ерфан В. Й., Газуда С. М., Волощук Н. Ю. Natural resources potential for regional spatial economic system development. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики, 2018, 1(24), 434-442. (0,84 д.а./0,3 д.а.; авторський внесок: здійснено оцінку сучасного стану та окреслено перспективи використання потенціалу аграрних регіонів, зокрема розвитку сільського зеленого туризму на основі надання унікальних туристично-рекреаційних продуктів і послуг) (Web of Science).

- 5. Єрко І., Дем'янчук О., Голуб Г., Погребський Т., Газуда С., Ващук Л. Economic transformation of the competitive potential of the tourism industry subjects: methodological concept (Методологічний концепт економічної трансформації конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії). *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, 2023, 6(53), 363–375. DOI: 10.55643/fcaptr. 6.53.2023.4245. (1,38 д.а./ 0,23 д.а.; авторський внесок: окреслено окремі підходи до формування методологічної концепції розвитку конкурентного потенціалу туризму в контексті регіонального розвитку) (Web of Science <https://fkd.net.ua/>).
- 6. Gazuda, S., Almashiy, Y., Gazuda, L., Kovalska, L., & Suvorova, S. The mechanism of the branding development of agrarian regions in the conditions of the european integration. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 2024, 46(1), 112–121. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts>. 2024.12. (0,44 д.а./ 0,1 д.а.; авторський внесок: окреслено структуру механізму і визначено ключові принципи розвитку брендингу аграрних регіонів у контексті євроінтеграції) (Web of Science. DOI:10.15544/mts).
- 7. Gazuda, S., Hotra, V., Gazuda, M., Kovalska, L., Kifor, H. & Omarov, S. Assessment of the potential of agricultural regions as a prerequisite for the formation and development of their branding. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 2024, 46(2), 122–130. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts>. 2024.13. (0,52 д.а./ 0,1 д.а.; авторський внесок: здійснено оцінку потенціалу та визначено етапи використання брендингу аграрного регіону в якості стратегічного інструменту розвитку з окресленням складових бренду аграрного регіону в контексті розробки стратегії брендингу) (Web of Science. DOI:10.15544/mts).
- 8. Gazuda, S., Erfan, V., Gazuda, M., Hertseh, V., & Zavadaska, O. Modeling the impact of the agricultural sector on the development of the regional economic systems. *Amazonia Investiga*, 2024, 13(74), 248–263. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/> 2024.74.02.21. (0,72 д.а./ 0,17 д.а.; авторський внесок: досліджено вплив аграрного сектору на розвиток регіонів за допомогою методики кореляційно-регресійного аналізу, що дозволило змодельовати закономірність впливу обсягу реалізованої продукції сільського господарства на валовий регіональний продукт) (Web of Science).
- 9. Єрко І., Ковальська Л., Погребський Т., Голуб Г., Дем'янчук О., & Газуда С. (2024). Методичний підхід до аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3(56), 257–269. <https://doi.org/10.55643/fcaptr.3.56.2024.4379> (1,46 д.а./ 0,24 д.а.; авторський внесок: здійснено аналіз існуючих методичних підходів до оцінки конкурентного потенціалу розвитку туристичної індустрії з окресленням рівня збалансованості між виробниками й споживачами туристичних послуг) (Web of Science).
- 10. Газуда М. В., Ерфан В. Й., Газуда С. М. Особливості надання послуг у туристичній сфері регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Економіка»*, 2014, 1(42), 261–265. (0,59 д.а./ 0,25 д.а.; авторський внесок: розглянуто регіональні особливості формування мультиплікативного ефекту у сфері реалізації та надання туристичних послуг, що стимулює та прискорює розвиток дотичних видів економічної діяльності регіону в цілому) (Index Copernicus).
- 11. Газуда М. В., Ерфан В. Й., Газуда С. М. Удосконалення державного регулювання процесів використання відновлюваних природних ресурсів у сільському господарстві. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*, 2015, 2(4), Ч. 1, 18–23. (0,75 д.а./0,25 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано підходи до регіонального управління в контексті удосконалення державного регулювання процесу використання відновлюваних природних сільськогосподарських ресурсів з урахуванням факторів впливу на забезпечення ефективного розвитку аграрної сфери регіону) (Index Copernicus).
- 12. Газуда С. М., Волощук Н. Ю., Дочинець І. В. Методологічні підходи до дослідження розвитку сфери малого підприємництва. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Економіка»*, 2016, 1(47), Т. 2, 306–310. (0,65 д.а./0,25 д.а.; авторський внесок: узагальнено методичні підходи та сукупність застосовуваних принципів, що формують критеріальні виміри сучасного стану та

перспектив розвитку ділової активності підприємницьких структур в регіоні як у цілому, так і в сфері аграрного господарювання) (Index Copernicus).

- 13. Газуда С. М., Андріанова В.В., Салдан Т.Ю. Конкурентні переваги регіонального розвитку сфери туризму. Електронне наукове фахове видання Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського «Глобальні та національні проблеми економіки», 2016, 14. URL: global-national.in.ua (0,63 д.а./0,25 д.а.; авторський внесок: розкрито окремі аспекти впливу загальних євроінтеграційних тенденцій на формування маркетингової стратегії й створення позитивного іміджу країни у сфері надання споживачам туристичних послуг).
- 14. Газуда С. М. Економічна сутність сфери аграрного ринку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Економіка», 2017, 1(49), Т.2, 65–70. (0,36 д.а.) (Index Copernicus).
- Газуда С. М., Ерфан В. Й. Перспективи аграрного виробництва: регіональний вимір. Економічний форум. Луцьк, 2018, 2, 93–99. (0,66 д.а./0,33 д.а.; авторський внесок: узагальнено особливості формування і передумови забезпечення перспективного розвитку аграрного виробництва на регіональному рівні) (Index Copernicus).
- Лендел М. А., Газуда С. М., Газуда Л. М. Туристично–рекреаційний комплекс у системі соціально–економічного розвитку сільських територій транскордонного регіону. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Економіка», 2018, 1 (51), 153–161. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1\(51\).153-160](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1(51).153-160) (0,97 д.а. / 0,72 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано можливості активізації регіонального розвитку сільського агротуризму в транскордонному регіоні, окреслено перспективні напрями його удосконалення) (Index Copernicus).
- 17. Лендел М. А., Газуда С. М. Регіональні засади раціонального лісогосподарювання. Економічні науки: зб. наук. пр. Луцького національного технічного університету. Серія «Регіональна економіка», 2018, 15 (59), 173–180. (0,4 д.а./0,25 д.а.; авторський внесок: виокремлено пріоритетні напрями використання потенціалу аграрних регіонів у частині раціонального ведення лісового господарства з метою забезпечення збалансованого і сталого регіонального розвитку транскордонного регіону) (Index Copernicus).
- 18. Ерфан В. Й., Газуда С. М. Природно-заповідні аспекти регіонального розвитку. Економічні науки: зб. наук. пр. Луцького національного технічного університету. Серія «Регіональна економіка», 2018, 15 (59), 81–87. (0,33 д.а. / 0,2 д.а.; авторський внесок: окреслено перспективи використання потенціалу аграрних регіонів у контексті збереження унікальних природних екосистем в межах територіального розвитку) (Index Copernicus).
- Морохович В. С., Газуда С. М. Ключові індикатори розвитку підприємств готельного господарства в Закарпатській області. Економічні науки: зб. наук. пр. Луцького національного технічного університету. Серія «Регіональна економіка», 2019, 16(63), 90–101. (0,41 д.а. / 0,21 д.а.; авторський внесок: подано оцінку сучасного стану сфери регіональних туристичних послуг з визначенням потреб споживачів, зокрема сільського зеленого туризму в умовах євроінтеграційних процесів розвитку) (Index Copernicus).
- 20. Газуда Л. М., Волощук Н. Ю., Газуда С. М. Формування управлінських технологій у сфері аграрного брендингу. Геополітика України: історія та сучасність: зб. наук. пр., 2020, 2(25), 137–143. DOI: [10.24144/2078-1431.2020.2\(25\).137-143](https://doi.org/10.24144/2078-1431.2020.2(25).137-143). (0,48 д.а./ 0,2 д.а.; авторський внесок: розглянуто особливості забезпечення ефективного функціонування суб'єктів аграрного господарювання на основі формування брендингового середовища як вагомого компонента маркетингового менеджменту у багатогранних сферах і видах економічної діяльності регіону).
- Збарський В., Кальченко С., Газуда С. Особливості формування інституційного середовища національного туристичного бізнесу. Геополітика України: історія та сучасність: зб. наук. пр., 2021, 2(27), 139–148. DOI: [https://doi.org/10.24144/2078-1431.2021.2\(27\).139-148](https://doi.org/10.24144/2078-1431.2021.2(27).139-148). (0,71 д.а./ 0,21 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано об'єктивну природу попиту населення на рекреаційні послуги як форми задоволення потреби в забезпеченні здорового способу життя, висвітлено особливості генезису туристичного бізнесу та його взаємопов'язаності із загальними векторами еволюційного розвитку європейської

цивілізації).

- Газуда М. В., Газуда С. М., Ерфан В. Й. Окремі аспекти формування маркетингових бренд-технологій в аграрному секторі. Проблеми агропромислового комплексу Карпат: міжвідомчий тематичний наук. зб.. Закарпатська державна сільськогосподарська дослідна станція НААН, 2021, 29-30, 135-141. (0,47 д.а./ 0,2 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано необхідність здійснення маркетингових досліджень щодо вивчення попиту споживача, формування маркетингової стратегії розвитку регіону з урахуванням особливостей розроблення й просування бренд-технологій виробництва та надання послуг).
- 23. Газуда М., Газуда С., Білей Є. Організаційно-управлінська складова формування системи маркетингу суб'єкта господарювання. Геополітика України: історія та сучасність: зб. наук. пр., 2022, 1(28), 125-131. DOI: 10.24144/2078-1431.2022.1(28).125-131. (0,52 д.а./ 0,22 д.а.; авторський внесок: виокремлено організаційно-управлінські підходи до формування комплексної системи маркетингу, що посилює результативність маркетингової діяльності, спрямованої на узагальнення інформаційних матеріалів щодо потреб споживчого ринку й попиту).
- Газуда С., Чабан Р., Каганець-Гаврилко Л. Особливості розвитку сфери агротуризму. Геополітика України: історія та сучасність: зб. наук. пр., 2023, 1(30), 107-115. DOI: 10.24144/2078-1431.2023.1(30).107-115 (0,59 д.а./ 0,2 д.а.; авторський внесок: розглянуто потенціал України у розвитку агротуризму, зокрема з урахуванням природних умов та існуючих сільськогосподарських підприємств, досліджено різні форми агротуризму, їх вплив на сільське господарство та громади).
- 25. Газуда С., Герцег В., Оприсок М. Вдосконалення системи управління персоналом у сфері аграрного розвитку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Економіка», 2023, 2(62), 39-44. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2023.2\(62\).39-44](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2023.2(62).39-44) (0,58 д.а./0,2 д.а.; авторський внесок: проаналізовано стан трудових ресурсів аграрної сфери, зазначено функціональність системи управління персоналом, виявлено основні проблеми та сучасні тенденції розвитку організації аграрного менеджменту.) (Index Copernicus).
- Газуда С., Герцег В., Андришин В. Регіональні особливості використання аграрних ресурсів. Геополітика України: історія та сучасність: зб. наук. пр., 2023, 2(31), 206-214. DOI: [https://doi.org/10.24144/2078-1431.2023.2\(31\).206-214](https://doi.org/10.24144/2078-1431.2023.2(31).206-214). (0,47 д.а./ 0,17 д.а.; авторський внесок: акцентовано увагу на доцільності побудови агролісотуристичного кластеру на основі впровадження новітніх бренд-технологій у сфері виробництва екологічно чистої (органічної) продукції, яка в подальшому реалізовуватиметься як на внутрішньому, так і зовнішньому аграрному ринках).
- 27. Газуда М. В., Газуда С. М., Ерфан В. Й. Формування маркетинг-менеджменту в системі управління організацією. Економіка: регіональний розвиток та інновації. 2023. Вип. 1-2. С. 23-27. (0,54 д.а./ 0,22 д.а.; авторський внесок: окреслено характерні особливості формування системи маркетинг-менеджменту на основі проведення моніторингових досліджень цільових споживчих ринків, маркетингового середовища з метою формування стратегічних і тактичних заходів до забезпечення результативності господарювання).
- 28. Газуда С. Еволюційні підходи до концепцій розвитку брендингу. Науковий вісник Полісся, 2023, 2(27), 41-49. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2023-2\(27\)-53-61](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2023-2(27)-53-61). (0,49 д.а.). (Index Copernicus).
- 29. Газуда С. Теоретичні підходи до трактування категорії «брендинг регіонів». Економіка харчової промисловості, 2023, 15(4), 58-63. DOI: <https://doi.org/10.15673/fie.v15i4.2801>. (0,58 д.а.). (Index Copernicus).
- 30. Газуда С. Регіональний бренд-менеджмент: дефініція поняття. Економічний форум, 2023, 13(4), 87-93. (0,57 д.а.). (Index Copernicus).
- 31. Газуда С. Теоретичні аспекти розвитку брендингу аграрних регіонів. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Економіка», 2024, 1(63), 87-92. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2024.1\(63\).87-92](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2024.1(63).87-92). (0,78 д.а.). (Index Copernicus).
- 32. Газуда С. Світовий досвід розвитку брендингу аграрних регіонів. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини», 2024, 50, 136-141. DOI:

<https://doi.org/10.32782/2413-9971/2024-50-23>. (0,71 д.а.). (Index Copernicus).

- 33. Газуда С. Методологія розвитку брендингу аграрних регіонів в умовах євроінтеграції. Сталий розвиток економіки, 2024, 2(49), 258-263. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-41>. (0,6 д.а.). (Index Copernicus).
- 34. Газуда С. Розвиток партнерських відносин суб'єктів аграрних регіонів в умовах євроінтеграції. Економіка і суспільство, 2024, (61). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-136>. (0,54 д.а.). (Index Copernicus).
- 35. Газуда С. Аналіз трендів розвитку індустрії аграрних регіонів у контексті євроінтеграції. «ECONOMIC SYNERGY», 2024, 2 (12), 105-115. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2024-2-7>. (0,59 д.а.). (Index Copernicus).
- 36. Газуда Л.М., Бальян А.В., Газуда М.В., Волощук Н. Ю., Газуда С. М. Розвиток аграрного підприємництва в Закарпатській області в умовах євроінтеграційних процесів: науково-прикладні аспекти і рекомендації: наукове видання. Велика Бакта. ТОВ «РІК-У», 2021. 67 с. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/39026>. (2,6 д.а./ 0,85 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано організаційно-економічні підходи до забезпечення розвитку аграрного підприємництва)
- 37. Газуда Л. М., Бальян А. В., Газуда М. В., Волощук Н. Ю., Газуда С. М. Організаційно-управлінська складова формування маркетингових аграрних бренд-технологій: теоретично-прикладні аспекти: наукове видання. ТОВ «РІК-У», 2022. 36 с. (1,6 д.а./ 0,75 д.а.; авторський внесок: виокремлено організаційно-управлінські аспекти формування маркетингових бренд-технологій в аграрному секторі, представлено організаційно-управлінську складову розвитку суб'єкта господарювання, окреслено багатоаспектний характер маркетингових функцій, що уможливило успішне здійснення маркетингової діяльності, побудови маркетингової стратегії на перспективу).
- 38. Ерфан В. Й., Газуда С. М. Передумови формування сталого сільського розвитку регіону. Економіка і управління в умовах глобалізації: зб. матеріалів III міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2014, 241-244. (0,23 д.а./ 0,12 д.а.; авторський внесок: досліджено роль і місце природної складової як вагомій передумови забезпечення збалансованого сільського розвитку регіону, де важливим елементом виступають земельні ресурси).
- 39. Газуда С. М., Мошак О. В. Окремі аспекти діяльності аграрних підприємств регіону. Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин: зб. матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції. Умань: ВПЦ «Візаві» (Видавець «Сочінський»), 2014, 37-38. (0,14 д.а./ 0,1 д.а.; авторський внесок: здійснено порівняльний аналіз аграрного господарювання в межах регіонального розвитку).
- 40. Газуда М. В. Ерфан В. Й., Газуда С. М. Інституційно-правове забезпечення механізму сільськогосподарського використання природних ресурсів. Інвестиційно-інноваційні засади розвитку національної економіки в ринкових умовах: зб. матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. Ужгород-Мукачево: Вид-во «Карпатська вежа», 2015, 130-132. (0,13 д.а./ 0,05 д.а.; авторський внесок: окреслено окремі напрями удосконалення нормативно-правового поля з питань регулювання процесів використання природних ресурсів у сільському господарстві).
- 41. Газуда С. М., Ерфан В. Й. Просторово-економічний та екологічний потенціал регіону. Розвиток національної економіки: теорія і практика: зб. матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. Івано-Франківськ, 2015, 325-326. (0,21 д.а./ 0,11 д.а.; авторський внесок: розглянуто окремі аспекти оптимізації управління сталим просторовим розвитком, раціональним використанням просторово-економічного потенціалу регіону, з окресленням пріоритетних завдань організаційно-інституційного забезпечення реалізації механізму облаштування сільських територій на основі удосконалення державного регулювання, регіонального управління, діагностики, моделювання, програмування, прогнозування та моніторингу сталого просторового розвитку регіону).
- 42. Газуда С. М., Волощук Н. Ю., Кальницька М. А. Перспективи розвитку сфери малого бізнесу регіону. Регіональні проблеми розвитку територіальних систем: теорія, практика, перспективи: зб. матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. Ужгород: Вид-во «ФОРМ Сабова А.М.», 2016, 18-21. (0,2 д.а./

0,1 д.а.; авторський внесок: досліджено окремі аспекти активізації розвитку сфери малого бізнесу регіону).

- 43. Лендел М. А., Газуда С. М. Актуальність моніторингу проблем розбудови інфраструктури населених пунктів на прикордонних територіях. Екологічні, соціально-економічні та історико-культурні аспекти розвитку прикордонних територій Мараморощини: зб. матеріалів міжнародної науково-практичної конференції (Україна, Рахів), 2016, 201-206. (0,29 д.а./ 0,22 д.а.; авторський внесок: окреслено основні інструменти моніторингу проблем розбудови інфраструктури в системі оцінювання існуючих програм соціально-економічного розвитку регіону).
- 44. Газуда С. М. Економічні підходи до поняття аграрний ринок. Сучасні економічні, соціальні та екологічні детермінанти активізації розвитку країни та її регіонів: зб. матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. Ужгород: вид-во УжНУ «Говерла», 2017, 16-18. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/65342> (0,18 д.а.).
- 45. Газуда Л. М., Ерфан В. Й., Газуда С. М. Управлінські підходи до збереження природно-заповідних територій Українських Карпат. Десятиріччя створення об'єкта Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО «Букові праліси Карпат та давні букові ліси Німеччини»: історія, стан та проблеми впровадження інтегрованої системи менеджменту: зб. матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Растр-7, 2017, 59-63. (0,23 д.а./ 0,1 д.а.; авторський внесок: розглянуто окремі управлінські підходи до формування дієвого менеджменту з метою збереження, охорони і розширеного відтворення екосистемних територій).
- 46. Лендел М. А., Газуда С. М., Газуда Л. М. Засади розвитку рекреаційно-туристичного комплексу сільських територій регіону. Удосконалення обліку, контролю, аудиту, аналізу та оподаткування в сучасних умовах інтеграційних процесів у світовій економіці: зб. матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2018, 411-413. (0,17 д.а./ 0,1 д.а.; авторський внесок: акцентовано увагу на необхідності розроблення комплексних програм розвитку економіки регіону, зокрема ефективного використання природно-ресурсного й агротуристичного потенціалу сільських транскордонних територій).
- 47. Газуда С. М., Ерфан В. Й. Регіональні аспекти ресурсного потенціалу туристично-рекреаційного господарювання. Інноваційні стратегії та моделі економічних трансформацій в умовах євроінтеграційних викликів: зб. матеріалів міжнародної науково-практичної Internet-конференції (Харків – Ужгород – Софія – Пшеворськ. Софія: Издателство на ВУЗФ «Св. Григорий Богослов», 2020, 158-160. (0,17 д.а./ 0,1 д.а.; авторський внесок: охарактеризовано наявний природно-ресурсний і туристичний потенціал регіону з окресленням перспектив його розвитку у напрямі розбудови агро-, еко-, зеленого й сільського туризму).
- 48. Газуда Л. М., Волощук Н. Ю., Газуда С. М. Окремі аспекти формування технологій брендингу в аграрній сфері. The 3rd International scientific and practical conference «World science: problems, prospects and innovations». Perfect Publishing. Toronto. Canada, 2020, 331-336. (0,27 д.а./ 0,17 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано окремі аспекти забезпечення ефективної системи управління на основі упорядкованої сукупності взаємозумовлюючих елементів у формуванні брендингового середовища).
- 49. Газуда С., Ерфан В., Индус К. Управлінські принципи у сфері ведення органічного сільського господарства. Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та управління персоналом: зб. матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2021, 97-98. (0,15 д.а./ 0,05 д.а.; авторський внесок: виокремлено основні суб'єкти управління процесами збалансованого розвитку сфери аграрного виробництва і аграрного природокористування на регіональному рівні).
- 50. Газуда С. М., Ерфан В. Й., Сойма С. Ю., Индус К. П. Активізація розвитку сфери туризму і гостинності регіону в умовах пандемії COVID-19. The 5th International scientific and practical conference «Modern directions of scientific research development». Publisher. Chicago. USA, 2021, 812-817. (0,27 д.а./ 0,1 д.а.; авторський внесок: акцентовано увагу на необхідності використання потенціалу аграрних регіонів для

активізації екотуристичної діяльності в умовах карантинних обмежень).

- 51. Збарський В., Кальченко С., Газуда С. Сучасні підходи до формування інституційного середовища туристичної індустрії. The 2nd International scientific and practical conference «Modern science: innovations and prospects». SSPG Publish. Stockholm. Sweden, 2021, 713-717. (0,22 д.а./ 0,1 д.а.; авторський внесок: виокремлено підходи до активізації потенційних можливостей регіонального розвитку у напрямі формування туристичного бізнес-середовища, надання агротуристичних послуг споживачам).
- 52. Газуда М. В., Газуда С. М., Ерфан В. Й. Involvement of marketing brand technologies in agricultural sector. Innovations and prospects of world science. Proceedings of the 9th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Vancouver. Canada, 2022, 627-630. (0,15 д.а./ 0,07 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано засади формування і просування маркетингових бренд-технологій в аграрному секторі).
- 53. Газуда М. В., Газуда С. М., Білей Є. В. Трендоутворюючі ко-брендингові альянси у сфері агротуризму. The 1st International scientific and practical conference «Progressive research in the modern world». BoScience Publisher. Boston. USA, 2022, 488-491. (0,13 д.а./ 0,05 д.а.; авторський внесок: розглянуто особливості формування ко-брендингових компаній на основі взаємовигідного партнерства в складних умовах господарювання, зовнішніх впливів і загроз, здійснення маркетингової діяльності з метою просування вироблюваного продукту і наближення його до споживача).
- 54. Газуда М. В., Газуда С.М., Індус К. П. Формування симбіотичного маркетингу у сфері агротуризму. Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. зб. матеріалів X Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 жовтня 2022 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2022. С. 159-160. (0,12 д.а./ 0,07 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано доцільність формування симбіотичного маркетингу у сфері агротуризму для забезпечення процесу просування вироблюваного продукту, чи надання послуги з наближенням їх до споживача).
- 55. Газуда С., Чабан Р., Каганець-Гаврилко Л. Перспективи розвитку агротуризму. Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та управління персоналом: зб. матеріалів VI міжнародної науково-практичної конференції. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2023, 136, 26-27. (0,14 д.а./ 0,06 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано окремі аспекти розвитку партнерських відносин між суб'єктами аграрного господарювання та туристичними організаціями для забезпечення ефективної діяльності у сфері агротуризму).
- 56. Газуда М.В., Газуда С.М., Білей Є.В. Концептуальні підходи до формування інтерактивного маркетингу у сфері агробізнесу: зб. матеріалів Всеукраїнської наукової конференції «АГРОБІЗНЕС 2023: рік в умовах воєнного стану». (19 квітня 2023 року). К. : КНЕУ, 2023. С.53-55. (0,16 д.а./ 0,06 д.а.; авторський внесок: окреслено необхідність формування концептуальних підходів до впровадження інтерактивного маркетингу у сфері агробізнесу згідно з сучасними вимогами аграрного господарювання).
- 57. Газуда М.В., Газуда С.М., Білей Є.В. Маркетингові технології в аграрному секторі. Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та управління персоналом: зб. матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції (Ужгород, 26 травня 2023 р.). Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2023. 136 с. С. 19-21. (0,14 д.а./ 0,06 д.а.; авторський внесок: акцентовано увагу на вагомості врахування специфіки аграрного господарювання у процесі формування і вибору брендингових технологій).
- 58. Газуда С. Європейська модель формування брендингу аграрних регіонів. Юність науки – 2024 : зб. матеріалів XIV міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024, 38-39. (0,15 д.а.).
- 59. Газуда С. Засади формування брендингу аграрних регіонів: світовий досвід. Стратегічні орієнтири сталого розвитку в Україні та світі: зб. матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції молодих учених. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024, 25-26. (0,15 д.а.).
- 60. Газуда С. Фактори стимулятори та дестимулятори розвитку брендингу аграрних регіонів України в умовах євроінтеграції. International scientific-practical conference «Current trends in the development of

economics, accounting, finance and law»: conference proceedings (Tampere, Finland, April 30, 2024). Tampere, Finland: Scholarly Publisher ICSSH, 2024, 33-36. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/65341> (0,14 д.а.).

- 61. Газуда С. Брендинг аграрних регіонів: окремі підходи до діагностики процесів та тенденцій розвитку. Цифрова трансформація економіки України: проблеми і пріоритети побудови стратегії конкурентних переваг: матеріали наукового колоквиуму. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2024, 13-16. (0,16 д.а.).
- 62. Газуда С. Особливості розвитку брендингу аграрних регіонів. Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та управління персоналом: зб. матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції. Ужгород: Вид-во УжНУ, 2024, 151-154. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/65339> (0,15 д.а.).
- 63. Газуда Л., Оприсок М., Газуда С. Інноваційні засади управління формуванням технологій агробрендингу. Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи: зб. матеріалів II міжнародної науково-практичної конференції. Харків, 2024, 353-355 (0,19 д.а./ 0,08 д.а.; авторський внесок: обґрунтовано необхідність формування агробрендингу з урахуванням комплексності маркетингових підходів у менеджменті, що охоплюють вивчення аграрного ринку, потреб споживача, оцінювання, планування й прогнозування в процесі пошуку оптимальних варіантів і можливостей просування аграрної продукції на споживчий ринок).

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

Соціально-економічна спрямованість: збільшення обсягів виробництва; поліпшення стану навколишнього середовища

Охоронні документи на ОПВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0119U000553, 0121U109944, 0119U101945, 0124U003247

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ковальська Любов Леонідівна
2. Liubov L. Kovalska

Кваліфікація: д.е.н., доц., 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-2924-9857

Додаткова інформація: <https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&user=gL7PsqEAAAAJ>;
<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55683180700>

Повне найменування юридичної особи: Луцький національний технічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05477296

Місцезнаходження: вул. Львівська, буд. 75, Луцьк, Луцький р-н., 43018, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Забарна Елеонора Миколаївна
2. Eleonora M. Zabarna

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-2659-5909

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Одеська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 43861328

Місцезнаходження: пр. Шевченка, буд. 1, Одеса, 65044, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Галузевий

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Буднікевич Ірина Михайлівна
2. Irina M. Budnikevich

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-5466-6532

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

Повне найменування юридичної особи: Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Код за ЄДРПОУ: 02071240

Місцезнаходження: вул. Коцюбинського, буд. 2, Чернівці, 58012, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Попело Ольга Володимирівна

2. Olha V. Popelo

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

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-4581-5129

Додаткова інформація: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57221967563>;
<https://scholar.google.com.ua/citations?user=7FlodtYAAAAAJ&hl=ru&authuser=1>

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Чернігівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 05460798

Місцезнаходження: вул. Шевченка, буд. 95, Чернігів, Чернігівський р-н., 14035, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Сектор науки: Університетський

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

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

Ковальська Любов Леонідівна

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

Вавдіюк Наталія Степанівна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Купира Мирослава Іванівна

Реєстратор

УкрІНТЕІ

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна