

**ВІДГУК**  
**офіційного опонента на кандидатську дисертацію**  
**Гавриш Ірини Іванівни на тему:**  
**«Формування та розвиток привабливості регіонів України:**  
**маркетинговий підхід», поданої на здобуття наукового ступеня**  
**кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 –**  
**розвиток продуктивних сил і регіональна економіка**

**Актуальність теми дослідження та її зв'язок**  
**з державними науковими програмами**

Актуальність теми дослідження обумовлена значною роллю регіонів в реформуванні національної економічної системи. За останні роки відносини центральних та регіональних органів влади суттєво змінилися, останні отримали економічну самостійність, право розпоряджатися ресурсами, розширилися повноваження регіонів в сфері життєзабезпечення населення та підвищилася їх відповідальність за ефективність соціально-економічного розвитку територій. Це відбулось завдяки процесу децентралізації влади, який розпочався в Україні у 2014 році та призвів до створення об'єднаних територіальних громад, які зацікавлені у підвищенні рівня привабливості території задля залучення інвестицій та покращення життя населення. Сьогодні в Україні існує 11338 сільських, селищних та міських рад, немало з них включають ще й по кілька сіл. В результаті децентралізації очікується, що має утворитися близько 1500 спроможних громад, які у широкому, комплексному розумінні цього поняття, матимуть ресурсний потенціал задля забезпечення високого рівня якості життя мешканцям громад, надання їм переважної більшості адміністративних послуг.

Зазначені тенденції вимагають від регіонів філігранної розробки стратегії економічного зростання, важливим елементом якої виступає формування та розвиток привабливості території. Задля цього необхідно розробляти нові підходи до системи оцінки, аналізу та управління привабливістю регіонів, виділяти ключові чинники підвищення конкурентоспроможності та привабливості регіонів України. Слід зауважити, що маркетинговий підхід в процесах формування та розвитку привабливості регіонів сприяє вибору стратегічних напрямів розвитку, формуванню структури регіонального господарства відповідно до потреб громади, більш раціонального використання ресурсів. Використання маркетингового підходу до територіального розвитку актуалізує необхідність узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду розробки та реалізації політики розвитку привабливості регіону, дослідження можливостей адаптації зарубіжного інструментарію маркетингових стратегій до реалій української економіки і розвитку на цій основі сучасних методичних підходів до визначення пріоритетних напрямків та підбору традиційних та новітніх інструментів. Сьогодні, використання маркетингового підходу в процесах територіального управління стає актуальним і для України, адже з його допомогою виконавчі органи влади міст і регіонів можуть вигравати у

конкурентній боротьбі за жителів, трудові ресурси, відвідувачів та інвестиції. Сьогодні, ця проблематика набула широкого висвітлення у наукових фахових виданнях економічного спрямування.

У зв'язку із вищезазначеним, дисертаційне дослідження І.І. Гавриш, предметом якого є теоретичні, методологічні й прикладні засади формування, розвитку та регулювання привабливості регіонів на основі маркетингового підходу, є безсумнівно актуальним та має науково-теоретичне та практичне значення, а тема роботи відповідає спеціальності 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.

### **Відповідність дисертаційної роботи сучасним потребам науки і практики**

Дисертаційне дослідження виконане в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича і здійснювалось відповідно до науково-дослідної теми цієї наукової установи: «Використання маркетингових інструментів для забезпечення сталого розвитку територій» (державний реєстраційний номер 0112U000321) та «Трансформація системи регіональних ринків на основі маркетингового підходу» (державний реєстраційний номер 0117U004713). Потрібно відмітити, що особистий внесок здобувача у виконання зазначеної науково-дослідної тематики висвітлено у дисертації та в авторефераті.

### **Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, їх достовірність і новизна**

Вивчення дисертації, автореферату та публікацій І.І. Гавриш дає підстави стверджувати, що наукові положення, висновки і рекомендації є обґрунтованими і достовірними. Це забезпечено творчим використанням дисертантом досягнень сучасної вітчизняної та зарубіжної наукової думки в сфері регіональної економіки та територіального маркетингу, застосуванням широкого спектру загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, опрацюванням значного масиву статистичної та аналітичної інформації.

Варто відзначити високий рівень достовірності отриманих результатів, що підтверджується використанням у процесі дослідження законодавчих актів, даних статистичної звітності Державного комітету статистики України та Головного управління статистики у Чернівецькій області, а також електронних ресурсів науково-дослідних інститутів, міжнародних дослідницьких компаній та аналітичних агенцій, аналітичних розрахунків автора, виконаних у процесі дослідження. Чітка послідовність у постановці і вирішенні задач, згідно мети дослідження, є підтвердженням наукової аргументованості та обґрунтованості положень і висновків, викладених в дисертації.

Наукова обґрунтованість і достовірність результатів роботи також підтверджується достатнім обсягом публікацій автора в наукових виданнях, які відповідають змісту дисертації і досить повно характеризують найбільш важливі її положення, а також представленням їх на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях.

Впровадження авторських рекомендацій в практику управління регіональним розвитком на регіональному та місцевому рівнях, в практиці об'єднаних територіальних громад, зокрема при розробці стратегій та програм економічного та соціального розвитку територій, слід вважати підтвердженням практичної цінності проведеного науково-практичного дослідження.

Наукова новизна дисертаційного дослідження Гавриш Ірини Іванівни полягає у теоретичному обґрунтуванні маркетингового підходу до формування, розвитку та регулювання привабливості регіонів, в розробці методики оцінки привабливості регіонів.

Науковою новизною характеризуються результати, на підґрунті яких удосконалено:

понятійно-категоріальний апарат дослідження, зокрема уточнено поняття «привабливість регіону», під яким слід розуміти сукупність стійких об'єктивних і суб'єктивних уявлень про властивості й ознаки, чинники й умови, можливості й обмеження, засоби й інструменти, які забезпечують задоволення та перспективу зростання потреб цільових аудиторій при виборі ними даного регіону для активної діяльності, а також формують їхню лояльність до регіону;

підхід до оцінки привабливості регіонів шляхом застосування принципу мультикомпонентності, який, на відміну від інших, включає три взаємопов'язані та взаємодоповнюючі блоки;

компаративний аналіз показників привабливості регіону, який передбачає багатокритеріальну систематизацію та порівняння офіційних статистичних даних основних параметрів регіонального розвитку, що дозволило сформувати групові індекси окремих диференціальних рис привабливості для кожної цільової аудиторії і на їх основі обчислити інтегральні індекси привабливості.

Подальший розвиток у роботі отримали:

обґрунтування доцільності використання маркетингового підходу до привабливості регіону, який на відміну від інших, передбачає довгострокове системне управління розвитком регіону, в основі якого знаходиться клієнтоорієнтованість та партнерство, чітке визначення цільових аудиторій та їхніх потреб, використання традиційних та інноваційних інструментів для підвищення, збереження чи зниження привабливості регіону через формування гнучкої регіональної політики;

класифікація видів привабливості регіону шляхом введення нової класифікаційної ознаки «за цільовими аудиторіями» – інвестиційна, бізнесова, поселенська, міграційна, туристична, стейкхолдерська, що на відміну від існуючих, дозволить конкретизувати чинники та критерії, які вирізняють специфічні потреби та характеристики цільових аудиторій, визначити точки диференціації та сформувати на їхній основі адресні програми просування регіону;

концептуальна модель привабливості регіону, яка формується на основі методології STP-маркетингу за трикутником «стратегія – тактика – реалізація» і спрямована на пошук, виявлення та залучення цільових

аудиторій регіону через системне та послідовне виконання процедур сегментування, таргетування, позиціонування і розробку на їхній основі стратегічних, тактичних та операційних маркетингових заходів у рамках регіональної політики привабливості;

підхід до формування набору критеріїв через ідентифікацію їхнього змісту для експертної оцінки різних видів привабливості регіонів з позицій обраних цільових аудиторій, який, на відміну від існуючих, дозволяє виявити найбільш показові маркери привабливості регіону і здійснити чітке позиціонування регіону та сформулювати політику його адресного просування;

визначення сутності та змісту поняття «регіональна політика привабливості», яке, на відміну від існуючих, передбачає її спрямування на залучення уваги до регіону визначених цільових аудиторій, розробку та реалізацію органами регіональної влади та місцевого самоврядування за активної участі членів громади, урахування загальнонаціональних, власне регіональних та місцевих (локальних) інтересів;

узагальнення зарубіжного досвіду застосування маркетингового підходу до формування та реалізації регіональної політики привабливості в рамках її окремих видів, що дозволило обрати напрямки, засоби та інструменти, які доцільно та можливо застосовувати в регіонах України для вирішення широкого переліку завдань;

бенчмаркінгова технологія пошуку і виокремлення маркетингових інструментів формування та розвитку привабливості регіонів, які надають синергійний ефект регіональним механізмам і можуть бути імплементовані в політику соціально-економічного розвитку регіонів України.

Всі розділи дисертаційної роботи містять схеми, таблиці, посилання на інформаційні джерела. Автором вдало підібрано методи та розроблена структура наукового дослідження.

На підставі детального ознайомлення зі змістом дисертації та автореферату І.І. Гавриш можна стверджувати, що структура роботи є логічною і дозволяє досягти поставленої мети та вирішити відповідні завдання. Отримані здобувачем результати дисертаційної роботи, сформульовані висновки і рекомендації є науково обґрунтованими.

### **Значення одержаних результатів для науки й практики**

Дисертація І.І. Гавриш має високий науковий рівень і практичну значущість. Теоретична цінність результатів дисертаційного дослідження полягає в розробці теоретико-методологічних засад і науково-прикладних положень щодо формування та розвитку привабливості регіонів на основі маркетингового підходу. Основні положення, методичні підходи, висновки та рекомендації, які розкриті в цій дисертаційній роботі є належним чином обґрунтовані та достовірні, що підтверджується актами впровадження результатів дослідження в практичній діяльності державних установ, зокрема:

довідка Департаменту регіонального розвитку Чернівецької ОДА, довідка Управління регіонального розвитку, містобудування та архітектури Чернівецької ОДА. Результати дисертаційного дослідження також використовуються в навчальному процесі Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича при викладанні дисциплін «Регіональна економіка», «Регіональний маркетинг», «Маркетинг у галузях та сферах діяльності».

Дисертація відрізняється використанням сучасних загальнонаукових і спеціальних методів: хронологічного, монографічного, діалектичного, формально-логічного, індексного, аналізу та синтезу, метод систематизації, метод класифікації. Все це робить наукову позицію автора, а також сформульовані ним висновки і рекомендації достатнім чином обґрунтованими та достовірними.

### **Повнота викладу наукових положень, висновків і пропозицій у наукових фахових виданнях**

Основні положення та пропозиції дисертаційної роботи знайшли достатньо повне висвітлення у 15 наукових працях, загальним обсягом 10,1 др.арк., з яких 6,87 др. арк. належить особисто автору. 11 статей опубліковано у наукових фахових виданнях (з них 4 у виданнях України, які включено до міжнародних науко метричних баз даних, 2 статті – у закордонних видання). Основні методологічні положення, наукові розробки і результати дослідження доповідалися й отримали схвальну оцінку на 4 науково-практичних конференціях, в тому числі міжнародних. Публікації у повному обсязі розкривають викладені в дисертації наукові положення, висновки та рекомендації. В опублікованих працях висвітлені основні наукові положення дисертації, які становлять наукову новизну і винесені на захист. Оформлення дисертації та автореферату здійснено з дотриманням вимог, які пред'являються до кандидатських дисертацій. Положення, результати, висновки і рекомендації дослідження є особистим досягненням автора. Конкретний особистий внесок автора в спільні наукові роботи показаний у переліку основних опублікованих робіт за темою дисертації. Аналіз змісту дисертації, автореферату та основних опублікованих робіт І.І.Гавриш дозволяє зробити висновок про те, що визначені здобувачем завдання дослідження осмислені, ретельно опрацьовані і вирішені на достатньому теоретико-методологічному рівні. Зміст автореферату, його структура повністю відповідає основним положенням, висновкам і рекомендаціям дисертаційної роботи.

### **Стиль викладення дисертації та автореферату**

Дисертація виконана державною мовою. Структурна побудова дисертації відповідає кваліфікаційним ознакам, стиль викладення та подача результатів досліджень логічні, послідовні та пов'язані єдиною цільовою спрямованістю. Дисертація викладена грамотно, з дотриманням вимог, що висуваються до кандидатських дисертацій, є цілісною науковою працею. Назва дисертації відповідає її змісту.

## **Зміст та завершеність дослідження**

Дисертація Гавриш Ірини Іванівни на тему: «Формування та розвиток привабливості регіонів України: маркетинговий підхід», представляє собою самостійну наукову роботу, яка є завершеною, і в повному обсязі відображає сформульовані для публічного захисту наукові положення, результати теоретичних і прикладних досліджень, а також містить дані щодо їхнього практичного впровадження.

## **Відповідність автореферату змісту дисертації**

Автореферат достатньо повно відображає зміст дисертації та її висновки. У авторефераті повною мірою розкрито мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, основні результати, отримані в процесі досліджень, ступінь новизни розробок, висновки та рекомендації роботи. За змістом автореферат відображає структуру та логіку викладених у дисертації результатів дослідження.

## **Відповідність дисертації встановленим вимогам**

Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел та додатків. Повний обсяг дисертації становить 268 сторінок. Основний зміст дисертації викладено на 214 сторінках. Робота містить 36 рисунків та 38 таблиць (з них 20 займають всю сторінку), 51 додаток на 65 сторінках. Список використаних джерел складається з 337 найменування, які наведено на 34 сторінках. За своєю структурою, обсягом та оформленням дисертація відповідає вимогам, що встановлені до кандидатських дисертацій, та паспорту спеціальності 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.

## **Оцінка змісту дисертації**

У першому розділі дисертації автором визначено суть привабливості регіону у взаємозв'язку із конкурентоспроможністю регіону, розроблено новий підхід до класифікації видів привабливості регіону, розроблено мультикомпонентну методіку оцінки привабливості регіонів. В процесі проведення аналізу існуючих підходів до формування та розвитку привабливості регіону визначено доцільність формування концептуальних засад маркетингового підходу як сукупності ідей, принципів, технологій, інструментів, методів, які можливо використовувати в регіональній політиці привабливості.

Безперечно цікавими є теоретичні нароби автора стосовно аргументації понятійної самостійності та взаємопов'язаності зазначених дефініцій (С.25-30). Слід підтримати позицію автора, що терміни «привабливість регіону» та «конкурентоспроможність регіону» необхідно розмежувати, але ні в якому разі не протиставляти один одному. Це самостійні категорії, які мають під собою різну цільову орієнтацію, кінцеву мету використання і, як наслідок, набір чинників, стандартів, методик, механізмів формування базових та додаткових

характеристик (критеріїв), необхідних для їхньої всебічної оцінки відносно об'єкта застосування.

Обґрунтованими є пропозиції дисертанта про необхідність зосередження регіональних органів влади на формуванні та розвитку привабливості регіонів, а не на конкурентній боротьбі, на необхідності визначення того виду привабливості, який підтягне увагу та ресурси інших цільових аудиторій. Автором запропонована класифікація видів привабливості регіону за рахунок введення нової класифікаційної ознаки «за цільовими аудиторіями» та визначення кожного виду привабливості з позиції маркетингового підходу (С.44-54).

На основі моделі привабливості Філіпа Котлера сформована архітектура маркетингової політики привабливості регіону (рис.1.1, С.55 дисертації), яка визначає концептуальну модель привабливості регіону на основі методології STP-маркетингу за трикутником «стратегія – тактика – реалізація». Такий підхід, безперечно, є оновленим і заслуговує схвалення, адже технологія STP-маркетингу дозволить спрямовувати регіональну політику привабливості на пошук, виявлення та залучення цільових аудиторій регіону через системне та послідовне виконання процедур сегментування, таргетування, позиціонування і розробку на їх основі стратегічних, тактичних та операційних маркетингових заходів.

У другому розділі автором проведений міжрегіональний аналіз привабливості регіонів, який базується на методичному підході, що враховує багатокритеріальну систематизацію офіційних статистичних показників, що відображають основні параметри привабливості регіону регіонального розвитку (п.2.1). Автор сформував групові індекси окремих диференціальних рис привабливості для кожної цільової аудиторії (рис.2.1, рис.2.2, рис.2.4-рис.2.7 ) і на їх основі обрахував інтегральні індекси привабливості (рис.2.3, рис.2.8). Отримані значення інтегральних індексів привабливості для всіх цільових аудиторій дали підстави автору розбити регіони на зони, які відповідають градації інтервалів оцінювання (табл.2.2).

За результатами порівняльного міжрегіонального аналізу привабливості регіонів для різних цільових аудиторій проведеного на базі статистичної інформації, автором зроблено висновок, що для пошуку оптимальних шляхів підвищення привабливості для проблемних регіонів необхідне його доповнення детальною якісною оцінкою, яка передбачає обґрунтування та доповнення критеріїв та залучення до процедури її проведення фахових експертів (п.2.2). Запропоновані автором переліки критеріїв, що характеризують різні види привабливості регіону є обґрунтованими (табл.2.4-2.6, табл.2.8). Автор зазначає, що більшість критеріїв широко використовується у теорії та практиці регіоналістики для характеристики різних рис привабливості регіону, а ось деякі критерії вперше введені в межах даного дослідження (С.110).

Грунтовність та достовірність пошуків дисертанта підтверджує виконане експертне дослідження, де в якості кваліфікованих експертів були залучені вчені з науковими ступенями за спеціальністю 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, які володіють достатніми

компетенціями для апробації запропонованої методики щодо оцінки привабливості області, в якій вони проживають, для різних цільових груп. Експертне дослідження було проведене за дизайном (планом) розробленим здобувачем (табл. 2.9), що підтверджує дослідницькі компетенції І.І.Гавриш.

Викликають науковий та практичний інтерес пропозиції автора щодо необхідності розробки регіональної політики привабливості як окремого напрямку діяльності та підхід до подання структури регіональної політики з виокремленням її наступних видів: стимулююча, компенсаційна, адаптивна, протидіюча. Автором розроблено концептуальну модель формування політики привабливості регіону, яка передбачає ряд напрямків, етапів, процедур та технологій, що узагальнюються в регіональних програмах та стратегіях привабливості (рис.3.1).

Грунтовним є аналіз та систематизація зарубіжного досвіду застосування маркетингового підходу до формування та реалізації окремих видів регіональної політики привабливості, який включає приклади з практики не тільки розвинутих країн, а й країн, які мають подібні проблеми регіонального розвитку.

Отже, наукову цінність являє собою запропонована автором процедура бенчмаркінгу (рис.3.3) для вивчення та впровадження кращих практики побудови процесів формування та розвитку привабливості регіону на основі маркетингового підходу. Узагальнююча таблиця 3.9 «Результати бенчмаркінгу маркетингових технологій та інструментів формування/розвитку привабливості регіону для різних цільових аудиторій» та Додаток Г засвідчують опрацювання автором величезного теоретичного та практичного матеріалу та здатність його адаптувати до потреб вітчизняної регіональної економіки.

Пропозиції автора стосовно створення в Чернівецькій області Агентств із залучення і просування прямих інвестицій в регіон (С.192) та започаткування щорічного форуму «Економічна платформа: бізнес, влада, суспільство та наука» (С.203) доцільними та своєчасними.

Загалом дисертація справляє враження самостійної та завершеної роботи, графічний матеріал та цифрові дані належним чином оформлені і відповідають усім необхідним вимогам до дисертаційних робіт такого рівня.

### **Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертації**

Високо оцінюючи результати дослідження, слід відзначити деякі дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертаційної роботи:

1. При дослідженні видів привабливості регіонів автор звернув більше уваги на інвестиційну привабливість регіонів (С.45-47), хоча в роботі наголошується на паритетності усіх видів привабливості. Також слід відзначити, що автор справедливо підкреслив актуальність стейкхолдерської привабливості, описав її суть, підібрав чинник, але менше уваги звернув на інструменти формування та просування даного виду привабливості.

2. У зв'язку з активним створенням об'єднаних територіальних громад, які сьогодні не мають змоги самостійно реалізувати крупні інвестиційні та соціальні проекти, автору доцільно було в перелік індикаторів розвитку



привабливості територій ввести критерій «Наявність угод або договорів про співробітництво громад».

3. Доцільно було б ввести в систему показників, які оцінюють привабливість регіону стосовно наявності / створення комфортних умов для життя: частку домогосподарств, забезпечених централізованим водопостачанням та централізованим водовідведенням; частку домогосподарств, які уклали договори з обслуговуючими організаціями на вивезення твердих побутових відходів; частку домогосподарств, які уклали кредитні договори в рамках механізмів підтримки заходів з енергоефективності в житловому секторі за рахунок коштів державного бюджету та інші.

4. У третьому розділі при розробці складових Концептуальної моделі формування політики привабливості регіонів (рис.3.1) автор досить ґрунтовно розглянув блок «Реалізація» та детально описав інструменти, але процедурам позиціонування та профілювання уваги приділено недостатньо.

5. Дисертантом одним з видів політики привабливості визначено «Протидіюча політика привабливості» (С.73), яку пропонується реалізувати за рахунок інструментів «демаркетингу» та «контрмаркетингу» (С.186-189), однак даний напрямок, який є досить новим для України, не був достатньо розвинутий в п.3.2 та п.3.3.

6. У третьому розділі автор чітко визначає суть та окреслює концептуальний підхід до формування регіональної політики привабливості регіонів (п.3.1), узагальнює зарубіжний досвід застосування маркетингового підходу до формування та реалізації політики привабливості регіону (п.3.2), виокремлено успішні практики формування й підвищення привабливості регіону на основі маркетингового підходу (п.3.3), які доцільно застосовувати в Україні. Однак, в роботі не описано алгоритм реалізації регіональної політики підвищення привабливості регіонів, джерела фінансування регіональних програм в рамках окремих видів привабливості, форми та ступінь залучення громадськості, систему показників для визначення ефективності реалізації регіональної політики підвищення привабливості регіонів.

Однак, викладені зауваження не зменшують теоретичної і науково-практичної цінності дисертаційної роботи та не впливають на загальну позитивну її оцінку.

### **Загальний висновок по дисертаційній роботі**

Дисертаційна робота Гавриш Ірини Іванівни на тему «Формування та розвиток привабливості регіонів України: маркетинговий підхід», поданої на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, є цілісним, завершеним, логічним, самостійно виконаним науковим дослідженням, яке виконано на належному теоретичному та фаховому рівні. Результати наукового дослідження достатньо повно висвітлені в опублікованих наукових працях за темою дисертації, пройшли апробацію на науково-практичних конференціях, впроваджено в практичну діяльність, а також використовуються в навчальному процесі. Тема та зміст представленої на захист дисертаційної роботи повністю

відповідають паспорту спеціальності 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка та профілю спеціалізованої вченої ради Д. 20.051.12 в ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» МОН України. Мету та завдання, поставлені в дисертаційній роботі, досягнуто і успішно вирішено. Дисертація є добре структурованою, в ній витримано логічну послідовність викладу теоретичних положень. Автореферат і опубліковані автором наукові праці повністю відображають зміст дисертації, результати дослідження, наукову новизну та практичну значущість.

На підставі вищезазначеного можна зробити висновок, що дисертаційна робота на тему «Формування та розвиток привабливості регіонів України: маркетинговий підхід» за своїм змістом відповідає вимогам пп. 9, 11, 12, 13, 14 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 року № 567 із змінами внесеними згідно з постановами Кабінету Міністрів України від 19 серпня 2015 року № 656, які висуваються до кандидатських дисертацій, а її автор – Гавриш Ірина Іванівна – заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.

Офіційний опонент,  
д.с.н., професор, завідувача відділом проблем  
міжрегіонального співробітництва Інституту  
економіко-правових досліджень НАН  
України

І.В.Заблодська

Підпис <i>І.В. Заблодська</i>
ЗАСВІДЧУЮ ВЧЕНИЙ СЕКРЕТАР ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НАН УКРАЇНИ <i>І.Ю.Н. В.І. Маланчук</i>
"12" червня 2018



Прикарпатський національний  
університет ім. Василя Стефаника  
ІНДОН № 03-213/23  
16 02 18