

ОТЗЫВ

*официального оппонента на диссертационную работу
Ибрагимхалиловой Татьяны Владимировны на тему
«Маркетинг территорий в системе социально-экономического развития
территориальных образований», представленную на соискание ученой
степени доктора экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)*

Актуальность темы.

В настоящее время социально-экономическое развитие территорий является ключевой проблемой макроэкономической политики большинства развитых государств. Экономический рост территорий служит фундаментом повышения уровня и качества жизни граждан, создания материальной базы для устойчивого развития общества, а также повышению экономической заинтересованности в развитии отраслей наиболее привлекательных и перспективных для территории.

В условиях все более изменчивой внешней среды возрастает роль маркетинга в разработке стратегий социально-экономического развития территориальных образований. Маркетинговый подход позволяет сформировать уникальные свойства региона, приобретающие стоимость и полезность, и обеспечить повышение привлекательности сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей реализации и воспроизводства таких ресурсов. В связи с этим возрастает значимость маркетинга территорий, который рассматривает в качестве объекта продвижения территории в целом и нацелены на создание, развитие, выделение и эффективное продвижение и использование конкурентных преимуществ определенной территории в ее интересах, как субъекта.

Формирование оптимальной организации развития маркетинга территорий позволяет создать позитивный имидж территории, обеспечить ее привлекательность (инвестиционную и туристическую); более рационально использовать ее внутренний потенциал, благодаря доверию к органам власти как к основному носителю положительного образа территории; разработать и реализовать последовательную маркетинговую стратегию социально-экономического развития территории. Следовательно, разработка теоретических и методологических подходов к управлению социально-экономическим развитием территорий, выбор и обоснование маркетинговой

стратегии социально-экономического развития территорий применительно к Донецкой Народной Республике представляет научный и практический интерес, что подтверждает актуальность и практическую значимость диссертационной работы.

**Степень обоснованности научных положений,
выводов и рекомендаций.**

Диссертация Ибрагимхалиловой Татьяны Владимировны на тему «Маркетинг территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований», отличается системным междисциплинарным характером. Научные положения, выводы и рекомендации получены автором в процессе решения поставленных в исследовании задач, изучения фундаментальных и прикладных работ как отечественных, так и зарубежных авторов по вопросам комплексного решения проблемы разработки теоретических и методологических основ формирования концепции маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований.

Диссертант методологически верно сформулировал объект, предмет и цель своего исследования. Достижению цели способствовала постановка продуманной системы задач исследования, которые, как следует из содержания диссертации и публикаций автора, полностью решены. Материал в диссертации изложен последовательно в соответствии с планом исследования, а выводы позволяют выделить элементы научной новизны и констатировать завершенность диссертационной работы, а также значительную теоретическую и практическую ценность диссертации.

Обоснованность результатов исследования подтверждается глубоким анализом представительного массива информации с применением различных методологических подходов, в частности общенаучных и специальных аналитических методов, структурно-логического анализа, системного анализа и синтеза, абстрагирования, обобщения, группировки, экономико-математических и экономико-статистических методов, метода анализа иерархий (МАИ), сравнительного и экономического анализа, метода экспертной и рейтинговой оценки, метода визуализации.

В первом разделе диссертации «Теоретико-методологические основы формирования парадигмы маркетинга территорий» раскрыты сущность и эволюция маркетинга территорий (стр. 19-40), рассмотрен идеогенез маркетинга территорий как симбиоза межнаучных связей (стр. 41-48), определена специфика маркетинга территорий в системе социально-

экономического развития территорий (стр. 49-53), раскрыты закономерности, принципы и подходы социально-экономического развития территорий (стр. 54-61).

Во втором разделе «Основы социально-экономического развития территории в концепции маркетинга территорий» рассмотрено понятие территории как ресурса социально-экономического развития (стр. 65-79), представлена типологизация территорий (стр. 79-94), определены модели и методы социально-экономического развития территорий (стр. 95-114), разработана концепция маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований (стр. 114-128).

В третьем разделе «Управление социально-экономическим развитием территорий на основе методологии маркетинга территорий» рассмотрены вопросы методологии маркетинга территорий на основе программно-целевых методов (стр. 130-164), определены признаки статусности и состоятельности как синергия благоприятного имиджа территорий и их инвестиционной активности (стр. 165-172), изучена специфика брендинга территорий (стр. 172-183), дана характеристика основным макроэкономическим показателям отдельных стран с переходной экономикой (стр. 184-196), проанализирован уровень корреляционной зависимости между усредненными показателями привлекательности территорий и реальными темпами роста валового внутреннего продукта (стр. 192-214), а также рассмотрен маркетинговый аспект формирования механизма социально-экономического развития территорий (стр. 215-228).

В четвертом разделе диссертационной работы «Инструментарий маркетинга территорий в формировании информационной базы о состоянии и тенденциях развития территорий» рассмотрены целевые индикаторы социально-экономического развития в диагностики потенциалов территории (стр. 236-243), определены рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории (стр. 244-259), проведено прогнозирование влияния экономического развития на формирование конкурентоспособности территории (стр. 259- 282).

В пятом разделе «Маркетинговая стратегия социально-экономического развития специфических территорий» определены стратегии маркетинга территорий в контексте специфических территорий через развитие качественных характеристик территории (стр. 285-311), рассмотрены особенности гармонизации интересов стейкхолдеров как фактора повышения уровня привлекательности территорий (стр. 311-321), разработан механизм

формирования стратегии привлекательности Донецкой Народной Республики (стр. 322-337).

Ознакомление с содержанием диссертации показало, что сформулированные в исследовании задачи и выдвигаемые на защиту основные научные положения, в полной мере соответствуют поставленной цели и обеспечивают ее достижение. Научные положения, рассмотренные в диссертации, всесторонне обоснованы, выводы являются логическим завершением проведенных автором исследований, рекомендации основаны на комплексном анализе современной экономической литературы, а также на разработке значительного эмпирического материала.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций.

Анализ результатов, полученных в диссертации, свидетельствует об их научной новизне, что представлено в методологическом обосновании, разработке концепции и научно-методических положений маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований. Элементы научной новизны диссертации Ибрагимхалиловой Т.В. соответствуют Паспорту специальности научных работников 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Основные результаты проведенного исследования, определяющие научную новизну ключевых положений диссертации, заключаются в следующем:

1. Определено и раскрыто содержание методологии исследования социально-экономического развития территорий на основе маркетинга как совокупности научных теорий и идей, принципов, методов и моделей, направленных на повышение привлекательности территорий (подраздел 1.3).

2. Теоретически обоснована и разработана концепция маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований как научно-обоснованная система взглядов, основывающаяся на совокупности разработанных теоретико-методологических положений и методических подходов, использовании маркетингового инструментария для обеспечения организационной, экономической, информационной и модельной составляющих концептуальной схемы маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований (подраздел 2.4).

3. Разработан механизм социально-экономического развития территорий на основе маркетинга территорий, который охватывает совокупность методов, моделей, инструментов и практических рекомендаций по оценке привлекательности территорий и позволяет на основе изучения современного состояния уровня развития территорий выявить проблемные зоны их социально-экономического развития территорий (подраздел 3.3).

4. Разработан научно-методический подход к моделированию социально-экономического развития территориальных образований, базирующийся на макроэкономической модели открытой экономики с учетом, разработанных автором весовых коэффициентов элементов рейтинга «Индекс глобальной конкурентоспособности» на основе использования метода анализа иерархий (подраздел 3.2).

5. Усовершенствован комплексный подход к управлению социально-экономическим развитием территорий на основе маркетинга территорий и нормативно-правового, организационного и информационного обеспечения (подраздел 5.3).

5. Усовершенствован теоретически обоснован научно-методический подход к оценке привлекательности специфических территорий посредством гармонизации интересов стейкхолдеров (подраздел 5.2).

6. Усовершенствовано методическое обеспечение механизма управления социально-экономическим развитием территории на основе системы рейтингов и индикаторов развития территорий (подраздел 4.2).

7. Определен синергетический подход к определению статусности и состоятельности специфических территорий на основе учета их имиджа и инвестиционной активности (подраздел 3.2).

8. Представлен научный подход к разработке стратегии маркетинга специфических территорий, который в отличие от существующих основан на качественных характеристиках территории: социальных и экономических (подраздел 5.1).

9. Получил дальнейшее развитие организационный подход к формированию методологии и инструментария маркетинга территорий на основе межнаучных связей посредством использования общенаучных методов познания, позволяющих изучать одни и те же объекты методами частных наук (подраздел 1.2).

10. Разработан научно-методический подход к типологизации территорий на основе изучения диаметральных их развития, который в отличие от существующих, будет способствовать определению

принадлежности территории к конкретному типу территориальных образований и сформировать модель управления её социально-экономическим развитием (подраздел 2.2).

11. Получил дальнейшее развитие интегрированный подход к определению дефиниции «маркетинг территорий» как вида управленческой деятельности, ориентированной на изучение, выявление, удовлетворение, формирование и развитие потребностей, повышение конкурентных преимуществ, туристической и инвестиционной привлекательности, обеспечивающей социально-экономическое развитие территории посредством взаимодействия власти бизнеса и гражданского общества с целью улучшения качества жизни населения (подраздел 1.1).

12. Получил дальнейшее развитие научно-концептуальный подход к определению термина «территория» как суммирующего, исчерпывающего ресурса посредством обобщения существующих подходов (подраздел 2.1)

13. Определен научно-методический подход к использованию в качестве маркетингового инструментария исследования социально-экономического развития территорий программно-целевого планирования (подраздел 3.1).

14. Получил дальнейшее развитие научно-методический подход к использованию системы рейтингов при разработке программ социально-экономического развития постсоциалистических стран (подраздел 3.2).

15. Разработан механизм формирования и реализации стратегии привлекательности территории Донецкой Народной Республики на основе совершенствования организационного обеспечения механизма управления ее социально-экономическим развитием (подраздел 5.3).

Теоретическое значение полученных результатов определяется предложенными научными идеями, разработанной концепцией маркетинга территории в системе социально-экономического развития территориальных образований, дальнейшим совершенствованием методологии и научно-методических подходов к решению проблем маркетинга территорий как фактора их социально-экономического развития, формирования привлекательности и обоснования теоретико-методологических подходов к исследованию каждой его системообразующей составляющей на основе маркетингового инструментария.

Практическая значимость диссертационной работы заключается в том, что разработанные и предложенные научные идеи, концепции, теоретико-методологические и научно-практические подходы и рекомендации могут использоваться (частично уже используются) в управлении социально-

экономическим развитием территорий на основе маркетингового подхода. Результаты работы одобрены и внедрены в деятельность Министерства информации Донецкой Народной Республики; Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики; Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики; Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики; Комитета Народного Совета ДНР по конституционному законодательству и государственному строительству; Управления экономики и промышленности Администрации города Донецка; Управления по работе с сельхозпроизводителями Старобешевского района.

Полученные результаты исследования и основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» при изучении дисциплин «Маркетинг», «Маркетинг территорий», «Правовые основы маркетинга», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности».

Результаты диссертационной работы апробированы на научных и научно-практических конференциях в Российской Федерации, Донецкой Народной Республике, Луганской Народной Республике. Основные положения диссертации опубликованы в 46 научных трудах, среди которых 1 личная монография, 21 статья в рецензируемых научных изданиях. Объем печатных трудов и их количество соответствуют требованиям ВАК ДНР, предъявляемым к публикациям основного содержания диссертации на соискание ученой степени доктора наук.

Замечания

Отмечая безусловные преимущества работы, тем не менее, представляется целесообразным обратить внимание автора на ряд положений, которые требуют уточнения:

В работе при рассмотрении подраздела 2.2 «Типологизация как метод исследования социально-экономического развития территорий» на стр. 81 автором выделяются регионы с маркетинговой стратегией инвестиционной привлекательности, регионы с маркетинговой стратегией туристической привлекательности, регионы с маркетинговой стратегией имиджевой привлекательности, регионы с маркетинговой стратегией социальной привлекательности. Целесообразно было бы указать, что это за параметры были положены в основу этой типологизации и в чем их особенность?

При рассмотрении критериев, на основе которых можно отнести территории (регионы) к проблемным (стр. 86) автор выделяет пониженный уровень развития производства; превышение расходов над доходами в объеме бюджета; низкий доход на душу населения; относительно высокий уровень безработицы; низкий объем инвестиций на душу населения. Было бы целесообразно наглядно привести статистические данные территорий (регионов), относящихся к этой группе территорий.

На рисунке 4.1 «Факторы устойчивости социально-экономической системы» (стр. 239) автором представлены общеизвестные факторы устойчивости. Было бы целесообразно на основании этих данных выделить факторы устойчивости, которые будут характерны, с одной стороны, для территорий специфических (для Донецкой Народной Республики), а, с другой - затрагивающих маркетинговую составляющую.

В диссертационной работе на стр. 252-256 выдвинута гипотеза о значимости коэффициента странового риска на долгосрочность стратегии развития территорий. Необходимо пояснение, о каких именно факторах риска идет речь и какие выходные данные используются для доказательства этой гипотезы?

Автором в таблице 5.3 (стр. 289-290) представлены качественные характеристики территорий и территориальных образований, однако, на протяжении всей работы сделан акцент на том, что в работе эти два термина рассматриваются синонимично. Необходимо уточнить, почему именно при рассмотрении качественных характеристики территорий и территориальных образований происходит делений сущностных понятий.

В целом, приведенные замечания не снижают научной и практической ценности проведенного Ибрагимхалиловой Т.В. исследования и не отражаются на общей положительной оценке диссертации.

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным п.2.1 Положения о присуждении ученых степеней.

Диссертация является законченной научно-квалификационной работой, выполненной автором самостоятельно на высоком научном уровне. В работе решена научная проблема формирования теоретических и методологических положений маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований, имеющей важное экономическое значение для развития региона.

Таким образом, диссертационная работа Ибрагимхалиловой Т.В. на тему «Маркетинг территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований» по своему содержанию и оформлению, научной новизне результатов, уровню их обоснованности и достоверности, а также теоретической и практической ценности выводов и рекомендаций соответствует требованиям п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Совета Министров ДНР от 27.02.2015г. № 2-13, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг).

Согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент:
Заведующий кафедрой менеджмента,
доктор экономических наук, ~~доцент~~

В.Ю. Припотень

Подпись Припотня В.Ю.
Зам. начальника ОКид



М.С. Бутковская

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный технический университет»,
94204, ЛНР, г. Алчевск
пр-т Ленина, 16
тел.: (06442) 26043
e-mail: info@dstu.education
сайт: <https://www.dstu.education/>