

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Ибрагимхалиловой Татьяны Владимировны «Маркетинг территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований», которая представлена 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)

Организация развития маркетинга территорий и его инструментария является необходимым условием для создания позитивного имиджа территорий, что позволит более рационально и эффективно использовать их внутренний и внешний потенциал, а в последствии разработать и реализовать обосновано логическую маркетинговую стратегию социально-экономического развития территории. Все это является актуальным на современном этапе становления и развития Донецкой Народной Республики и представляет научно-практический интерес.

Из автореферата видно, что диссертационная работа выполнена в соответствии с весьма логическим планом. В диссертации рассмотрены теоретико-методологические основы формирования парадигмы маркетинга территорий, а частности систематизированы подходы к типологизации территорий на основе изучения территориальных диаметральных и выделить типы специфических территорий, что позволило обобщить существующую методологию исследования социально-экономического развития территорий на основе использования стратегий маркетинга. Автор исследования проанализировал научные труды в различных трактовках и пришел к выводу, что маркетинг территорий сформировался на стыке естественных, общественных и технических наук и использует богатый алгоритм действий, операций и приемов экономических исследований для решения прикладных и фундаментальных задач, сочетая их с методами географии, социологии и других наук. Именно последнее позволило утверждать, что существует тесная корреляция с социологией, психологией, эконометрикой, экономической теорией, политологией, логистикой,

социально-этическим маркетингом и другими науками, следовательно, свидетельствует о важности внедрения концепции маркетинга территорий для социально-экономического развития территорий (стран, регионов, городов).

Выводы диссертанта по первому разделу работы позволили логично и верно провести исследование основ социально-экономического развития территории в концепции маркетинга территорий: концептуальные основы и методологию маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территорий.

Особого внимания заслуживает авторское уточнение, позволившее установить составляющие маркетинга, в частности: результат человеческой деятельности, различная ценность для общества, позиционность, идентификация, социокоррелирующие свойства материальной сущности бытия, сфера действия законов, что позволяет определить территорию как объект продвижения сложного продукта, обладающего социально-экономическими, пространственно-географическими, историческими и культурными характеристиками и, способствующие обособлению деятельности, направленной на развитие ее привлекательности для различных целевых групп потребителей.

Положения, отраженные в автореферате, дают основание для вывода: диссертация Ибрагимхалиловой Т.В. представляет собой самостоятельное научное исследование с четкой авторской позицией, где логически последовательно и достаточно обоснованы как структура работы, так и сущность рассматриваемых проблем.

Замечания к автореферату:

- можно согласиться с тезисом диссертанта относительно утверждения, что «регион как определенная историко-географическая область, объединяющая не менее двух территориальных единиц, которая имеет конкретные границы и подобные природные, исторические, социально-

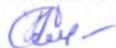
культурные и хозяйственные особенности», но в автореферате недостаточно отражено методологическое обоснование для такого вывода;

- в автореферате, к сожалению, не отражено обоснование аргументации, что наличие большого количества территориальных единиц разной таксономической иерархии обуславливает поиск типичных и особых признаков, сходств и различий групп территорий.

Замечания не снижают качества диссертационной работы, выполненной, как свидетельствует автореферат, на достаточно высоком теоретико-методологическом уровне. Диссертация соответствует требованиям Высшей Аттестационной Комиссии Донецкой Народной Республики к докторским диссертациям, и ее автор *Ибрагимхалилова Татьяна Владимировна* заслуживает присуждения научной степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Климова Наталья Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством», профессор кафедры институциональной экономики и инвестиционного менеджмента ФГБОУ ВО Кубанского государственного аграрного университета



Наталья Владимировна Климова

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина»

Адрес: 350044, Россия, г. Краснодар, ул. Калинина, 13

Телефон +7 (861) 221-59-42

e-mail: mail@kubsau.ru

сайт организации <https://kubsau.ru>

