

В диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»

ОТЗЫВ

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

Обеспечение конкурентоспособности территорий становится приоритетной задачей на современном этапе развития экономических систем. Для формирования долгосрочной и устойчивой конкурентоспособности территории необходима разработка стратегии ее развития, обеспечивающей комплексный подход к анализу территории, учитывающей ее специфику, преимущества и недостатки, возможности, выделяющей базовые стратегические ориентиры и «точки роста». Подобный комплексный подход возможен в рамках концепции маркетинга территорий, ориентированной на гармонизацию интересов потребителей территориального продукта.

Все это обосновывает безусловную актуальность выбранной соискателем темы диссертационной работы.

Поставленная автором цель достигнута в полной мере путем решения всего комплекса задач.

Научная новизна работы отвечает паспорту заявленной специальности: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг).

На наш взгляд, наиболее значимыми являются следующие положения диссертационной работы:

совершенствование понятийно-категориального аппарата теории маркетинга посредством интегрированного подхода к определению дефиниции «маркетинг территорий» (стр. 11 автореферата);

синергетический подход к определению статусности и состоятельности специфических территорий на основе учета их имиджа и инвестиционной активности, использование которого будет способствовать обеспечению экономического и политического признания государственности территорий (стр. 20 автореферата);

совершенствование комплексного подхода к управлению социально-экономическим развитием территорий на основе маркетинга территорий и нормативно-правового, организационного и информационного обеспечения, который позволяет координировать структурные подразделения

территориальных единиц и формировать программы их социально-экономического развития (стр. 22 автореферата);

разработка научно-методического подхода к моделированию социально-экономического развития территориальных образований на основе макроэкономической модели открытой экономики с учетом весовых коэффициентов элементов рейтинга «Индекс глобальной конкурентоспособности» и его апробация (стр. 26-28 автореферата);

разработка механизма социально-экономического развития территорий на основе маркетинга территорий, который позволяет выявить проблемные зоны их социально-экономического развития, направления и организационно-информационное обеспечение управленческого воздействия стейкхолдеров на трансформации экономики территорий с целью достижения критериально обоснованного уровня социально-экономического развития; (стр. 33 автореферата).

Научные разработки и предложения, изложенные Ибрагимхалиловой Т.В. в автореферате, свидетельствуют о глубине проведенного исследования и его объективности. В целом они способствуют объективной оценке привлекательности Донецкой Народной Республики и разработке механизма формирования и реализации стратегии привлекательности территории.

Не приуменьшая научной значимости данной диссертационной работы, следует акцентировать внимание на имеющихся, на наш взгляд, замечаниях и недостатках:

1. Не совсем логично анонсировать о разработке нового подхода «к управлению территориальным развитием, базисом которого стало новое мышление» (стр. 11 автореферата), если управлению социально-экономическим развитием территорий на основе методологии маркетинга территорий посвящается третий раздел диссертационной работы (стр. 26 автореферата).

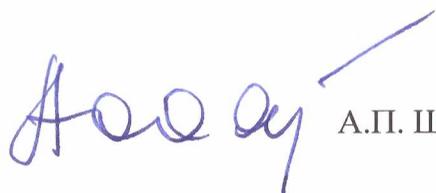
2. В таблице 2 автореферата автором сформирована система индикаторов оценки бренда территории (стр. 21-22), однако требует дополнительного обоснования каким образом были определены критерии для признанных и специфических территорий, на значения оказывает влияние только степень признанности территории, необходимы ли другие поправочные коэффициенты для обеспечения достоверности модели оценки бренда территорий, например, признанных территорий, но с разной степенью внутриотраслевой дифференциации и т.д.

3. Представленная критериальная модель оценки бренда специфических территорий (рис. 7, стр. 23 автореферата) требует дополнительных пояснений. Смущает не только последовательность ее критериев, но и их смысловая наполняемость. Так, если автор имеет в виду потенциал территории, то он формируется и на основе ее географического расположения и в силу этого не может быть основанием пирамиды модели.

В целом диссертационная работа Ибрагимхалиловой Татьяны Владимировны «Маркетинг территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований» отличается научной новизной и практической значимостью, выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Я, Ариф Пирвели Оглы Шихвердиев, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук,
(08.00.01 – «Политическая экономия»),
профессор, академик РАЕН,
заведующий кафедрой экономической
теории и корпоративного управления
ФГБОУ ВО «Сыктывкарский
государственный университет
им. Питирима Сорокина»

 А.П. Шихвердиев

167001, Российская Федерация, г. Сыктывкар, Октябрьский пр-т, д.55
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина»
тел.: 8(8212) 390393
e-mail: koet@syktsu.ru

