

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)

Диссертационная работа Ибрагимхалиловой Т.В., посвященная исследованию, обоснованию и разработке теоретико-методологических подходов и практических рекомендаций по формированию механизма социально-экономического развития территориальных образований на основе маркетинга территорий, имеет большое научное и практическое значение.

Содержание автореферата позволяет утверждать, что исследованием охвачено решение значительного комплекса проблем, связанных с маркетингом территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований, что обуславливает необходимость обоснования новых теоретико-методологических подходов к исследованию каждой его системообразующей составляющей, разработки рационального инструментария.

Особое внимание уделено разработке и практической апробации ряда научно-методических подходов по формированию механизма социально-экономического развития территориальных образований на основе маркетинга территорий.

Материал, представленный в автореферате, изложен в логической последовательности, кратко и профессионально. Теоретические обобщения, положения, выводы, рекомендации и разработки, сделанные на основе проведенных автором исследований, указывают на полученные существенные научные результаты.

Теоретические положения диссертационной работы доведены до уровня конкретных методик и рекомендаций относительно усовершенствования научно-методических положений и практических рекомендаций по совершенствованию управления социально-экономическим развитием территорий на основе маркетинга территорий с использованием инструментов стратегического индикативного планирования.

Удачным завершением исследования теоретических основ является теоретически обоснованная и разработанная 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, реализация которой обеспечит функционирование механизма эффективного управления социально-экономическим развитием территорий на основе методологии маркетинга (с. 4).

Заслуживает внимания разработанный автором адаптированный механизм формирования маркетинговой стратегии социально-экономического развития территории Донецкой Народной Республики и создания оптимальных условий для удовлетворения совокупности потребностей всех агентов территориального взаимодействия с учетом преимуществ данной территории (с. 33, рис. 10).

Проведенные исследования основываются на современных научных достижениях, использовании общенаучных и специальных методов исследования и новых информационных технологий. Диссертационная работа имеет практическое значение, результаты исследований связаны с научными программами, планами, госбюджетными и хоздоговорными темами ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», апробированы на научных конференциях, основные результаты исследования опубликованы в рецензируемых научных изданиях и внедрены в практику деятельности предприятий розничной торговли Донецкой Народной Республики. Исходя из этого, можно утверждать, что поставленные задачи диссертантом решены.

Давая общую положительную оценку, следует отметить присущие автореферату недостатки:

- в автореферате указано, что усовершенствован комплексный подход к управлению социально-экономическим развитием территорий на основе маркетинга территорий и нормативно-правового, организационного и информационного обеспечения, который в отличие от действующих, позволяет координировать структурные подразделения территориальных администраций, формирующих программы социально-экономического развития территорий (с. 4). При этом по тексту автореферата автором не раскрывается нормативно-правовое обеспечение данного комплексного подхода;

- на странице 21 в таблице 2 выделены автором критерии, обеспечивающие формирование позитивного бренда территории, а именно: роль в мировом измерении, динамика развития территории, ее потенциал, уровень человеческого развития, условия жизни и географическое расположение. Однако осталось не раскрытым обоснование выделения именно этих критериев.

