

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 воспроизведения 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 методологические 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.

Диссидентант методологически верно сформулировал объект, предмет и цель своего исследования. Достижению цели способствовала постановка 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. 18-40), 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. 65-78), представлена типологизация территорий (стр. 78-94), определены модели и методы социально-экономического развития территорий (стр. 95-114), разработана концепция маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований (стр. 115-128).

В третьем разделе «Управление социально-экономическим развитием территорий на основе методологии маркетинга территорий» рассмотрены вопросы методологии маркетинга территории на основе программно-целевых методов (стр. 131-164), определены признаки статусности и состоятельности как синергия благоприятного имиджа территории и их инвестиционной активности (стр. 164-175), изучена специфика брендинга территорий (стр. 175-188), дана характеристика основным макроэкономическим показателям отдельных стран с переходной экономикой (стр. 188-196), проанализирован уровень корреляционной зависимости между усредненными показателями привлекательности территории и реальными темпами роста валового внутреннего продукта (стр. 197-212), а также рассмотрен маркетинговый аспект формирования механизма социально-экономического развития территорий (стр. 226-239).

В четвертом разделе диссертационной работы «Инструментарий маркетинга территории в формировании информационной базы о состоянии и тенденциях развития территорий» рассмотрены целевые индикаторы социально-экономического развития и диагностики потенциалов территории (стр. 233-245), определены рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории (стр. 246-268), проведено прогнозирование влияния экономического развития на формирование конкурентоспособности территории (стр. 269- 284).

В пятом разделе «Маркетинговая стратегия социально-экономического развития специфических территорий» определены стратегии маркетинга территорий в контексте специфических территорий через развитие качественных характеристик территории (стр. 287-313), рассмотрены особенности гармонизации интересов стейкхолдеров как фактора повышения уровня привлекательности территорий (стр. 313-323),

разработан механизм формирования стратегии привлекательности Донецкой Народной Республики (стр. 324-340).

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).

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

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

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

9. 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).

10. 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).

11. Разработан научно-методический подход к типологизации территорий на основе изучения диаметральностей 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).

12. Получил дальнейшее развитие интегрированный подход к определению definicijii «маркетинг территории» 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).

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

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

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

16. 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 территории», «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:

1. В работе при рассмотрении подраздела 2.2 «Типологизация как метод исследования социально-экономического развития территорий» стр. 79- 85 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?

2. 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.

3. На рисунке 4.1 «Факторы устойчивости социально-экономической системы» (стр. 241) 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.

4. В диссертационной работе на стр. 254-258 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?

5. Автором в таблице 5.3 (стр. 291-292) 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 характеристик территорий и территориальных образований происходит деление существенных 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:

И.о. заведующего кафедрой менеджмента,
доктор экономических наук, доцент

Б.Ю. Припотень

Подпись Припотяна В.Ю. удостоверяю
Начальник ОКИД

Л.В. Ткаченко

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/>