И.о. ректора
Государственного образовательного
учреждения высшего
профессионального образования
Луганской Народной Республики
«Луганский национальный университет
имени Владимира Даля»
д.т.н., профессор
_____ В. Д. Рябичев
«22» октября 2018 г.

ОТЗЫВ
ведущей организации по диссертации Ибрагимхалиловой Татьяны Владимировны на тему «Маркетинг территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований», представленной на соискание научной степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)

Актуальность для науки и практики

Обеспечение привлекательности и конкурентоспособности территории является приоритетной задачей на современном этапе развития экономических систем, что требует разработки стратегии ее развития и эффективного продвижения. Базовым условием устойчивости функционирования территорий становится конкурентоспособность, так как формирование и развитие конкурентных преимуществ, способствует ускоренному экономическому росту, повышению благосостояния населения, более эффективному и рациональному использованию ресурсного потенциала территории.

Подобный комплексный подход возможен в рамках концепции маркетинга территорий, который представляет собой актуальное на сегодняшний день направление, позволяющее провести детальный анализ региона и создать грамотную и эффективную программу его дальнейшего устойчивого развития. Данная концепция ориентирована на основных потребителей территориального продукта, стремится максимально учесть их интересы, повысить качество жизни населения. Особенно актуален данный вопрос для территории Донецкой Народной Республики, охваченной

ДонНУЭТ
Вх. № 108 А
от «16» 11 2018 г.

значительным кругом проблем политического, экономического и социального характера.

Однако ряд теоретико-методологических вопросов, связанных с изучением содержания, составляющих и инструментария маркетинга территорий требует своей систематизации и развития. Требует дальнейшего изучения и развития основы социально-экономического развития территории в концепции маркетинга территорий, вопросы методологии маркетинга территорий на основе программно-целевых методов, маркетинговые аспекты формирования механизма социально-экономического развития территорий, практическое использование инструментария маркетинга территорий в формировании информационной базы о состоянии и тенденциях развития территорий, а также вопросы моделирования социально-экономического развития территорий.

Основное внимание в диссертационной работе уделено исследованию, обоснованию и разработке теоретико-методологических подходов и практических рекомендаций по формированию механизма в системе социально-экономического развития территориальных образований на основе маркетинга территорий.

Диссертационная работа Ибрагимхалиловой Т.В. представляется актуальной и своевременной, как с точки зрения ее теоретического вклада в развитие концепции маркетинга территорий, так и с позиции практического использования предложенных рекомендаций по управлению социально-экономическим развитием территорий на основе маркетингового подхода.

Основные научные результаты и их значимость для науки и практики

Научная обоснованность, достоверность теоретических положений и практических рекомендаций, содержащихся в диссертации Ибрагимхалиловой Т.В., подтверждается тем, что авторская позиция по проблеме сформулирована на основе критического анализа научных разработок в этой области. Новым представляется круг задач, поставленных автором для достижения цели, а также подход к их решению, характеризующийся безусловной научной ценностью. Обоснованность обеспечивается и современным методическим аппаратом, используемым

5. Определен научно-методический подход к типологизации территорий на основе изучения диаметральностей их развития, который будет способствовать определению принадлежности территории к конкретному типу территориальных образований и сформировать модель управления её социально-экономического развития.

6. 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.

7. Разработана концепция маркетинга территорий в системе их социально-экономического развития территорий как научно-обоснованная система взглядов, основывающаяся на совокупности теоретико-методологических положений и методических подходов, использовании маркетингового инструментария для обеспечения организационной, экономической, информационной и модельной составляющих, концептуальной схемы, реализация которой обеспечивает функционирование механизма эффективного управления социально-экономическим развитием территорий на основе методологии маркетинга.

8. Разработан научно-методический подход к использованию в качестве маркетингового инструментария исследования социально-экономического развития территорий программно-целевого планирования, что позволит корректировать ориентиры территориального развития в зависимости от оптимальности критерия.

9. Обоснован синергетический подход к определению статусности и состоятельности специфических территорий на основе учета имиджа территорий и их инвестиционной активности, который будет способствовать обеспечению экономического и политического признания государственности территорий.

10. Разработан механизм социально-экономического развития территорий на основе маркетинга территорий, который учитывает оценку привлекательности территорий и позволяет на основе изучения современного состояния уровня развития территорий выявить проблемные зоны социально-экономического развития территорий, направления и организационно-информационное обеспечение управленческого воздействия стейкхолдеров на

трансформации экономики территорий с целью достижения критериальн обоснованного уровня социально-экономического развития.

11. Разработано методическое обеспечение механизма управления социально-экономическим развитием территории на основе системы рейтингов и индикаторов развития территорий, которая учитывает все основные параметры социально-экономической сферы, поскольку при ее проведении применяются показатели, характеризующие потенциал территории, эффективность деятельности органов власти, эффективность использования основных ресурсов, состояние и размещение объектов инфраструктуры и иные показатели.

12. Предложен научно-методический подход к использованию системы рейтингов при разработке программ социально-экономического развития постсоциалистических стран, что будет способствовать установлению более конкретных ориентиров развития территорий.

13. Предложен научно-методический подход к моделированию социально-экономического развития территорий, базирующийся на авторской модификации макроэкономической модели открытой экономики, системы рейтингов и индикаторов развития, который позволяет оценить уровень экономического роста с точки зрения ресурсной, инновационной ориентации и повышения производительности труда.

14. Усовершенствован научный подход к разработке стратегии маркетинга специфических территорий, акцентирующий внимание на качественных характеристиках территорий, которые в свою очередь можно подразделить на природные характеристики и общественные, включающие в себя социальные и экономические характеристики.

15. Теоретически доказан научно-методический подход к оценке привлекательности специфических территорий посредством гармонизации интересов стейкхолдеров, который позволит формализовать направления развития территорий, являющиеся составляющими механизма социально-экономического развития территорий на основе маркетинга.

16. Разработан механизм формирования стратегии привлекательности Донецкой Народной Республики на основе совершенствования организационного обеспечения механизма управления социально-экономическим развитием территорий.

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.

Диссертация представляет собой самостоятельное научное исследование. Научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту, получены автором лично. По результатам проведенного исследования опубликовано 47 научных работ. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом личных исследований соискателя. Основные положения и результаты, изложенные в диссертации, обсуждались и получили одобрение на 39 научных и научно-практических конференциях, что свидетельствует о практической ценности работы.

Практическое значение работы также подтверждает тот факт, что предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены: Министерством информации Донецкой Народной Республики (справка № 01/882 от 22.06.2018 г.); Министерством экономического развития Донецкой Народной Республики (справка № 11/1295 от 11.06.2018 г.); Министерством молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики (справка № 01-38/2306/1 от 29.06.2018 г.); Министерством промышленности и торговли Донецкой Народной Республики (справка № 04.5-63/2627 от 01.06.2018 г.); Комитетом Народного Совета Донецкой Народной Республики по конституционному законодательству и государственному строительству (справка № 94/7 от 13.06.2018 г.); Управлением экономики и промышленности Администрации города Донецка (справка № 625/01-32 от 29.06.2018 г.); Управлением по работе с сельхозпроизводителями Старобешевского района (справка № 163 от 12.06.2018 г.).

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации.

Считаем целесообразным продолжить работу в области развития моногородов как перспективного направления маркетинга территорий монопрофильной экономики.

Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы Ибрагимхалиловой Т.В. могут быть использованы в деятельности:

- органов власти на государственном уровне местного управления;
- органов власти местного уровня управления;
- высших учебных заведений в процессе преподавания дисциплин «Маркетинг», «Маркетинг территорий», «Правовые основы маркетинга», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», а также при выполнении дипломных работ и магистерских диссертаций студентов экономических специальности.

Интересными для практического использования являются: разработанная концепция маркетинга территорий в системе социально-экономического развития и ее внедрение и реализация в практическую деятельность на основе использования принципов маркетинга в территориальном управлении; практические рекомендации по повышению эффективности и результативности индикативного управления развитием территорий; научно-методические положения и практические рекомендации по совершенствованию управления социально-экономическим развитием территорий с использованием инструментов стратегического индикативного планирования; модель прогнозирования уровня развития инвестиционного и туристического потенциала государства под воздействием тенденций макроэкономической динамики.

Разработанные диссертантом теоретические и методологические положения могут применяться органами государственной власти с целью повышения субъективного уровня ценности территории для потребителя и его удовлетворенности, обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ для региона и формирования его инвестиционной привлекательности.

Общие замечания

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

1. При определении концептуальных основ маркетинга территорий в работе проведен экскурс эволюции маркетинга (классический подход) – рис.1.1 (стр.27), однако не уделено внимание современным концепциям маркетинга таким как: концепция информированного маркетинга, концепция маркетингового управления, концепция максимаркетинга, концепция конкурентной рациональности, концепция мегамаркетинга. Автор ограничился лишь концепциями маркетинга взаимоотношений, сервисной концепцией маркетинга, концепцией социально-этичного (этического) маркетинга.

2. В названии диссертационной работы рассматривается маркетинг территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований, однако в работе отсутствует определение сущности дефиниции «территориальные образования», которые целесообразно было бы уточнить для более четкого понимания направления исследования.

3. В работе сделан акцент на постсоциалистические страны, однако не указано – чем это обусловлено и, возможно, было бы целесообразнее рассмотреть опыт непризнанных государств?

4. На наш взгляд, в диссертации целесообразно предложить «Рейтинг конкурентоспособности специфических территорий».

5. В таблице 3.5 – Цели, задачи, целевые индикаторы и рейтинги программ территориального развития автором проведен анализ регионов – хронические отстающих, депрессивных и новых территорий (стр.166). Следует отметить, что не достаточно корректно проводить параллель между специфическими территориями и территориями РФ (признанными в мировом сообществе).

Однако указанные замечания не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки, научной ценности и практической значимости выполненной работы.

Заключение

Диссертационная работа Ибрагимхалиловой Татьяны Владимировны на тему: «Маркетинг территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований» представляет собой завершенную научно-исследовательскую работу, выполненную на актуальную тему.

Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Текст автореферата диссертации полностью соответствует содержанию диссертации. Язык диссертации лаконичен, корректен, понятен и соответствует современным научным нормам.

Научный уровень выполненного исследования и содержание работы свидетельствуют о глубоком знании автором предмета исследования, владении методическим аппаратом, умении дать критическую оценку большому объему научной информации, навыкам обработки статистических и учетных данных, опыту использования в работе научного аппарата экономических наук и умение использовать в ходе исследования современные компьютерные технологии.

Содержание диссертации и автореферата соответствует Паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг) в части пунктов: п. 9.27 Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития, повышения инвестиционной активности и формирования благоприятного имиджа территории; п. 9.2 Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга; п.9.26 Система позиционирования и рыночного продвижения товарных марок, создание бренда и управление брендом.

Отмечая научную новизну полученных результатов в диссертации, теоретическую и практическую значимость исследования, считаем, что диссертация на тему: «Маркетинг территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований» отвечает требованиям п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор Ибрагимхалилова Татьяна Владимировна заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народных хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Отзыв обсужден и одобрен на заседании межкафедрального научного семинара Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Луганской Народной Республики «Луганский национальный университет имени Владимира Даля» «17» октября 2018 г., протокол № 2.

Я, Тисунова Виктория Николаевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук,
профессор, заведующая кафедрой
«Менеджмент и экономическая безопасность»
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный
университет имени Владимира Даля» В.Н. Тисунова

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Луганской Народной Республики «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»
Почтовый адрес: Кв-л «Молодежный», 20-а, г. Луганск, 91034
Тел.: +38 (0642) 34-48-18
Факс: +38 (0642) 34-48-48
E-mail: dahl.univer@yandex.ru
Сайт: www.dahluniver.ru

Подпись подтверждаю
Начальник ОК
Ю.А. Стрелкова