

В диссертационный совет Д 01.004.01

при ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского»

### Отзыв

**на автореферат диссертации Лозы Натальи Николаевны на тему: «Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития города Донецка», представленной на получение ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)**

Диссертационная работа Лозы Натальи Николаевны, судя по тексту автореферата, содержит новые теоретико-методические положения и научно-прикладные результаты, которые в своей совокупности свидетельствуют о значительном вкладе автора в развитие теории и практики маркетинга территорий.

Постановка задач, их разработка, обобщение, теоретические и практические выводы свидетельствуют о высоком научном уровне соискателя. Поставленная автором цель - теоретическое исследование, аргументирование и разработка методических подходов и научно-практических рекомендаций по развитию маркетинга территорий как фактора социально-экономического развития города Донецка достигнута. Содержание автореферата отличается логической последовательностью изложения, убедительностью аргументации новизны научных положений, выводов и рекомендаций. Достоверность представленных выводов подтверждается глубокой проработанностью темы, выраженной рассмотрением трудов широкого спектра ученых, использованием статистических данных и внедрением положений диссертации в деятельность органов местного самоуправления.

Особенного внимания заслуживают следующие положения, выносимые в текст автореферата:

- научно-методический подход к применению инструментов маркетинга территорий для обеспечения ее конкурентоспособности, который, в отличие от существующих, позволяет выделить 3 блока маркетинговых инструментов путем дополнения их современными маркетинговыми инструментами в цифровой среде (краудсорсинг, геймификация, сенсорный маркетинг, интернет-маркетинг), перспектива использования на практике которых позволит

определить новые возможности в проведении маркетинговых исследований, в поиске новых идей и в оперативности и эффективности взаимодействия всех субъектов территории;

- этапы оценки социально-экономического развития города, которая, в отличие от существующих, включает 5 последовательных этапов: характеристика города; SWOT-анализ уровня развития города; анализ текущего состояния города и установление причинно-следственных связей; определение цели развития города; оценка эффективности достижения главной цели развития города, реализация которых позволит получить качественную оценку уровня социально-экономического развития города в целом и по отдельным сферам его деятельности;

- подходы к этимологизации маркетинговых стратегий на уровне города путем дополнения стратегий развития маркетинга территории 8 стратегией - города (государства) де-факто: частично признанные государства и непризнанные государства, которые позволят формализовать направления развития территорий, являющиеся составляющими механизма социально-экономического развития территорий на основе маркетинга.

В данной работе соискателем изложены аргументированные положения, результаты и выводы, представляющие практический интерес. Обоснованность выводов подтверждается возможностью практического применения результатов диссертационной работы. О значимости полученных результатов и их достоверности свидетельствует тот факт, что основные положения диссертационной работы прошли апробацию на семи конференциях различного уровня, и изложены в десяти научных работах, из которых семь опубликованы в рецензируемых научных изданиях.

Вместе с тем, следует высказать замечание, что работа приобрела бы дополнительные преимущества, если бы автор представил результаты проведенного исследования среди сотрудников администрации г. Донецка и 9 администраций районов г. Донецка и администрации г. Моспино о возможности применения геймификации в органах местного самоуправления г. Донецка. Кроме того, автор приводит результаты анализа социально-экономического развития г. Донецка за 2020 и 2021 годы (стр. 13). Целесообразно было бы данный анализ дополнить данными за 2018 и 2019 годы для более глубокого и детального анализа.

Однако указанные замечания не снижают общей положительной оценки рассмотренного автореферата диссертационного исследования Лозы Н.Н., а также его теоретической и практической значимости. Диссертационное исследование представляется как завершенное, комплексное исследование за счет того, что оно логически выстроено, обладает внутренним единством,

содержит приращение научного знания и личный вклад автора в экономическую науку.

Таким образом, содержание автореферата свидетельствует о том, что диссертационная работа Лозы Натальи Николаевны на тему «Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития города Донецка» соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор заслуживает присуждение ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

*Я, Морозова Елена Алексеевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Доктор экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, профессор, заведующая кафедрой менеджмента им. И.П. Поварича  
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный Университет»

Подпись Морозовой Е.А. заверяю

*Контактные данные:*  
65 Кемеровская область – Кузбасс,  
Кемеровский район, д. Сухово  
Сиреневый бульвар, проезд 5, дом 3  
тел.: +7-905\_960\_62-00  
e-mail: [morea@inbox.ru](mailto:morea@inbox.ru)

*Морозова* Е.А. Морозова

ФГБОУ ВО «КемГУ»  
Отдел кадров УРАГ

ПОДПИСЬ ЗАВЕРЯЮ *Морозова Е.А.*

Должность *Морозова Е.А.* Подпись *Морозова И.А.* Ф.И.О.

«21» 11 2022г.