

Отзыв
на автореферат диссертации Солодкого Евгения Анатольевича
на тему «Маркетинг территорий как фактор социально-экономического
развития региона», представленной на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)

Активное развитие социально-экономических отношений актуализирует важность повышения имиджа территории, предприятий, организаций и учреждений. Учитывая сказанное, а также ограниченность ресурсов государственных органов, отечественным властным структурам стоит активнее прибегать к сотрудничеству посредством разработки и внедрения элементов территориального маркетинга, который позволит им экономить средства и оживить реализацию соответствующих отраслевых реформ на местах. Это придает актуальности моделям и инструментам, которые предложены Солодким Евгением Анатольевичем в ходе проведения исследования.

В автореферате диссертации цель, задачи, предмет и объект научного исследования сформулированы четко, а изучение его содержания позволяет констатировать о полном выполнении задач и достижении поставленной цели.

Содержание автореферата позволяет утверждать, что автор достаточно глубоко проработал теоретические, научно методические и практические положения относительно теоретических и методических основ совершенствования социально-экономического развития Донецкой Народной Республики на основе применения инструментов маркетинга территорий.

Изложенные в автореферате автором научные разработки, выводы и предложения являются достаточно обоснованными, логическими и достоверными, поскольку они базируются на фундаментальных положениях современной экономики. С положительной точки зрения следует отметить всестороннюю и логическую аргументацию, а также владение современными методами исследования.

Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью цели и задач исследования, достигнутым уровнем разработанности изучаемой проблемы, научной новизной, полученной в результате исследования, и заключается в совершенствовании инструментов маркетинга территорий как фактор социально-экономического развития региона. Разработанные в диссертации рекомендации по развитию маркетинга территорий могут служить основой для дальнейших исследований в сфере экономики, а именно при разработке стратегии позиционирования и продвижения Донецкой Народной Республики.

Существенный перечень результатов внедрения диссертационной работы, широкая база применения научных методов исследований, а также степень раскрытия сформулированных положений исследования в публикациях свидетельствуют о полезности диссертации.

Заслуживает внимания методический инструментарий к продвижению территории на основе использования инновационных маркетинговых инструментов по модели PESO, а также путем организации и проведения пресс-туров, благодаря чему будет использована возможность повысить лояльность представителей СМИ и создать эксклюзивные материалы, способствующие улучшению репутации территории.

Представляет интерес разработанный механизм реализации стратегии позиционирования и продвижения территории, который является формой взаимодействия властных и предпринимательских структур, потребителей территориального продукта и других стейкхолдеров и в отличие от существующих предусматривает использование инструментов прорывного позиционирования и

продвижения в соответствии с образами территории положительных впечатлений и развития туризма и территории привлекательной для инвесторов.

Проведенное Солодким Е.А. исследование не лишено отдельных недостатков и дискуссионных положений, среди которых стоит отметить следующие:

1) на странице 19 автореферата автор подчёркивает важность дополнительного инструмента позиционирования (использование отечественного рекреационного потенциала), но при этом отсутствует аргументация данной точки зрения.

2) На 13 странице автореферата указано, что «Диагностика уровня социально-экономической репутации Донецкой Народной Республики была проведена с привлечением 60 экспертов, в качестве которых выступили органы управления, представители малого и среднего бизнеса». Автору бы стоило указать должности респондентов.

Однако отмеченные замечания существенно не влияют на достаточный научный уровень и актуальность диссертации Солодкого Е.А., не снижают общую позитивную оценку, а также теоретическую и практическую значимость проведенного исследования.

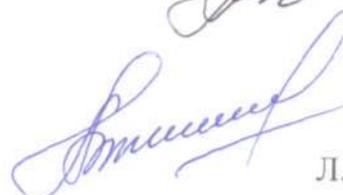
В целом автореферат свидетельствует, что диссертационная работа выполнена на достаточном научно-методологическом и практическом уровне с соблюдением всех требований, а ее автор – Солодкий Евгений Анатольевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Бондарчук Алина Викторовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук,
08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством; доцент, начальник кафедры
экономико-правовых и социально-гуманитарных
дисциплин ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних дел
имени Э. А. Дидоренко»

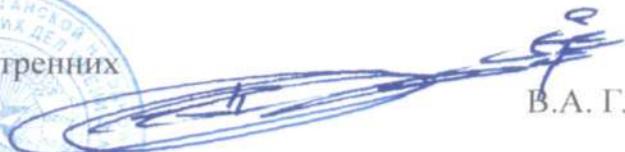

А.В. Бондарчук

Подпись А.В. Бондарчук заверяю:
Начальник отдела по работе с личным составом
ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних
дел имени Э.А. Дидоренко»


Л.И. Лыскова

Ректор
ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних
дел имени Э.А. Дидоренко»




В.А. Глазков

91005, Луганская Народная Республика
г. Луганск, ул. Пушкина, 1
Телефон: +38(0642) 59-96-94
E-mail: akoval77@mail.ru
Сайт организации: <https://lavd.mvdlnr.ru>