

## 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)

Сложность социально-экономической ситуации Донецкой и Луганской Народных Республик ставят перед органами управления региона сложные задачи изыскания факторов обеспечения конкурентных преимуществ территорий, привлечения инвестиций с целью социально-экономического развития этих Республик. Поэтому использование маркетинговых технологий, глубоко проникающих прежде всего в экономические интересы хозяйствующих субъектов и дающих возможность интегрировать эти интересы в едином процессе развития территорий, без сомнения, правильно и актуально.

Вышесказанное позволяет считать, что рецензируемая диссертационная работа Солодкого Евгения Анатольевича на тему «Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития региона» представляет собой интерес и для дальнейших теоретических исследований в области маркетинга, и для практики регионального управления территорий.

Положения, выносимые на защиту, выводы и рекомендации достоверны, логичны, аргументированы: основой исследований – фундаментальными трудами ученых в области маркетинга и теории управления, примененными общенаучными и специальными методами исследований.

В первом разделе «Научно-теоретические основы изучения маркетинга территорий» уточнено содержание понятия «маркетинг территорий» на основе интегрального подхода и определены основные направления его развития, выявлены маркетинговые инструменты повышения конкурентоспособности региона в контексте его социально-экономического развития, предложен концептуальный подход к развитию маркетинга территорий в формате цифровых технологий.

Во втором разделе «Анализ современного использования инструментов маркетинга территорий как фактора социально-экономического развития региона» выполнена диагностика уровня социально-экономической репутации Донецкой Народной Республики, выявлены в ней проблемные зоны, а также с учетом рекомендаций автора выполнена индексным методом оценка креативного (адаптивного) развития пяти крупных городов Республики.

В третьем разделе «Направления совершенствования социально-экономического развития территорий в условиях маркетингового подхода», исследованы основные проблемы и барьеры, возникающие при функционировании маркетинга территорий и разработан (пока сформулирован) методический инструментарий по обеспечению системы маркетинга для устойчивого социально-экономического развития Донецкой Народной Республики.

Можно отметить в качестве главных преимуществ работы следующее:

- саму идею работы - использовать в качестве фактора развития территории систему маркетинга, реализовав ее в форме методики оценки социально-

экономической репутации территории, индексного подхода к оценке уровня адаптивного развития города с позиций маркетинга и предложенного автором механизма реализации стратегии позиционирования и продвижения территории;

- включение цифровых технологий и степени их использования в различных методический инструментарий маркетинговых исследований, что свидетельствует о модернизации теории маркетинга в условиях современных вызовов.

Данные преимущества легли в основу научной новизны работы. Многие предложения и рекомендации автора доведены до уровня практической реализации, что подтверждено четырьмя справками о внедрении в различных организациях Донецкой Народной Республики.

Апробация результатов исследования и их одобрение было осуществлено на 7 научно-практических конференциях разного уровня в Российской Федерации и Донецкой Народной Республике, а представленные автором публикации в 14 научных работах, в.т.ч. в 6 рецензируемых научных изданиях, полностью отражают основные положения диссертации.

Однако по автореферату рецензируемой диссертации можно высказать следующие замечания и пожелания:

- в работе автором широко используются экспертные методы исследования (при диагностике уровня социально-экономической репутации Донецкой Народной Республики, С. 12-14 автореферата; при оценке уровня адаптивного развития с позиций маркетинга пяти городов ДНР, С. 15), однако из автореферата не ясно, осуществлялось ли в работе доказательство достоверности мнений экспертов и каким образом, например расчетом коэффициента конкордации;

- вызывает сомнение состав и количество экспертов при диагностике уровня социально-экономической репутации ДНР: среди экспертов есть представители малого и среднего бизнеса, которые в большей мере представлены предприятиями непромышленной сферы, а отсутствуют представители крупного бизнеса, в большинстве промышленного, которые в нашем индустриальном регионе должны стать главным звеном в переходе к стратегии развития (вместо стратегии восстановления) в будущем; отсутствуют представители высшей школы профессионального образования Республики и научных институтов, занимающиеся научными исследованиями в области управления социально-экономическим развитием ДНР с использованием различных факторов, в том числе и маркетинговых;

- при рассмотрении индексного подхода к оценке адаптивного развития города (табл.3, С.14-16 автореферата) было бы целесообразно описать сущность отдельных индикаторов. Приведенное только наименование вызывает необходимость обоснования правильности выбранного индикатора. Например, в блоке «Инвестиции» индикаторы «внутренние» и «внешние инвестиции» в существующих методах оценки инвестиционной привлекательности являются исходными данными, тогда в блоке это дублирование информации.

Однако указанные замечания и пожелания не снижают достоинств работы, ее теоретической и практической ценности и носят рекомендательный характер для дальнейших исследований..

Таким образом, диссертационная работа на тему «Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития региона» отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а её 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, Надтока Татьяна Борисовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук  
по специальности 08.00.05 –  
Экономика, планирование, организация управления  
народным хозяйством и его отраслями, доцент,  
профессор кафедры «Экономика  
и маркетинг» ГОУВПО «Донецкий  
национальный технический университет»

Т.Б. Надтока

Контактные данные:

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»  
ДНР, 83001 г. Донецк, ул. Артема, 96  
тел.: +38(062) 301-03-78  
e-mail: ief\_donntu@mail.ru

Подпись доцента Надтоки Т.Б. заверяю:

Начальник отдела кадров ГОУВПО «Донецкий  
национальный технический университет»



К. М. Садлова