

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Государственного
образовательного учреждения высшего
образования Луганской Народной
Республики «Луганский государственный
университет имени Владимира Даля»
доктор технических наук, профессор

В.Д. Рябичев

«30» ноября 2020 г.

ОТЗЫВ

ведущей организации на диссертацию 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)

Актуальность выбранной темы

В условиях современного курса на интеграцию в Российскую Федерацию перед отечественной экономикой возникла необходимость формирования позитивного имиджа территорий, что уже сейчас отражается на особенностях государственной политики развития туризма. Формирование бренда региона происходит в рамках территориального маркетинга, последовательная реализация инструментов которого, как правило, предшествует государственным стратегическим планам по развитию конкурентоспособности экономики.

Учитывая вышесказанное, диссертационная работа Солодкого Евгения Анатольевича является не только своевременной, но и актуальной, предопределяя тем самым свою значимость, как для практики, так и теории маркетинга.

Основные научные результаты и их значимость для науки и практики

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке теоретических и методических подходов к управлению социально-экономическим развитием региона на основе маркетинга территорий и, как результат – в

формировании механизма реализации стратегии позиционирования и продвижения территории.

Основными научными результатами являются следующие:

1) разработан концептуальный подход, который определяет цели, принципы, задачи, методы, инструменты и стратегические направления развития маркетинга территорий и в отличие от существующих обосновывает важность применения цифровых технологий в современных условиях и их влияние на результативность реализации концепции маркетинга территорий;

2) предложен индексный подход к оценке адаптивного развития города через построение октагона территорий на основе маркетинга, который в отличие от существующих предполагает инновационно-креативную оценку территории по восьми блокам показателей: «город», «люди», «власть», «бизнес», «туризм», «инновации», «цифровые технологии», «спорт»;

3) сформирован 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;

4) усовершенствован 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;

5) получил дальнейшее развитие научно-методический подход к применению инструментов маркетинга территорий для обеспечения ее конкурентоспособности, который в отличие от существующих позволяет выделить пять основных маркетинговых инструментов и дополнить комплекс

маркетинга (маркетинг-микс) новыми элементами с учетом специфики развития территорий;

6) обоснован интегрированный подход к определению содержания термина «маркетинг территорий», который, в отличие от существующих, учитывает управленческий и социальный аспекты развития, при этом данное понятие определяется как концепция формирования привлекательности и репутации территории для населения, туристов и инвесторов, а также повышения его конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности по сравнению с другими территориями за счет использования имеющихся ресурсов с помощью маркетинговых инструментов;

7) предложена и апробирована реализована методика оценки социально-экономической репутации территории, которая в отличие от существующих предполагает построение матрицы диагностики уровня социально-экономической репутации, включающую экспертную оценку репутации цифровой трансформации территории, а также определение текущего и перспективного положения репутационных характеристик по уровням выраженности, качества, привлекательности, надежности, контролируемости, гибкости.

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. 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.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что они нашли выражение в конкретных рекомендациях, которые могут применяться в управлении социально-экономическим развитием территорий на основе маркетингового подхода.

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации

Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы Солодкого Евгения Анатольевича могут быть использованы в деятельности: государственных органов; высших учебных заведений при преподавании дисциплин: «Маркетинг в туризме», «Реклама и PR в туризме», «Менеджмент в туризме», а также при выполнении дипломных и магистерских диссертаций студентов экономических специальностей.

Наиболее важное практическое значение имеют следующие теоретические и научно-прикладные разработки и рекомендации: матрица основных проблем развития маркетинга территорий непризнанных республик, стратегические направления развития маркетинга территорий и территориальные маркетинговые стратегии, рекомендации по организации проведения пресс-туров в Донецкой Народной Республике, методика инновационно-креативной оценки территории по блокам показателей, методика анализа маркетинговой информационной системы в формировании туристической привлекательности территории.

Общие замечания

Отмечая безусловные преимущества диссертационной работы, тем не менее, следует обратить внимание на ряд дискуссионных положений, которые требуют пояснения и уточнения.

1. В параграфе 1.2 уделено внимание рассмотрению основных инструментов маркетинга территорий. В связи с этим требует пояснения автора (которое во многом предопределило структуру рисунка 1.5), что «Для маркетинга территорий, помимо традиционных инструментов «4P», применимы еще 9 инструментов».

2. В параграфе 1.3 автору стоило бы указать, каким образом национальный состав в регионе влияет на развитие маркетинга территорий, а именно на реализацию соответствующего концептуального подхода.

3. В ходе исследования автор неоднократно, так или иначе, акцентирует внимание на необходимости регламентации маркетинговых инструментов на

уровне государства. Тем не менее, процесс такой регламентации, автором не поясняется и не конкретизируется.

4. В параграфе 2.1 анализируется структура промышленности Донецкой Народной Республики, однако не указывается, каким образом она может влиять или влияет на развитие инструментов маркетинга территорий.

5. В разработанном автором механизме реализации стратегии позиционирования и продвижения Донецкой Народной Республики (рис. 3.2) следовало бы уточнить наличие или отсутствие обратной связи между его «модулями».

Указанные дискуссионные положения не являются принципиальными и не снижают исключительно положительной оценки диссертационной работы.

Заключение

Диссертация Солодкого Евгения Анатольевича представляет собой законченную научно-исследовательскую работу на актуальную тему, связанную с теоретическим исследованием, аргументированием и разработкой методических подходов и научно-практических рекомендаций по совершенствованию социально-экономического развития Донецкой Народной Республики на основе применения инструментов маркетинга территорий.

Новые научные результаты, полученные автором, имеют существенное значение для экономической науки и практики. Выводы и рекомендации в полной мере обоснованы. Автореферат соответствует содержанию диссертации.

Научные работы, опубликованные автором по теме диссертационной работы, отражают положения, выводы и рекомендации, которые являются результатом проведенного исследования.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), в частности:

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.

Работа соответствует требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к кандидатским диссертациям, 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).

Отзыв обсужден и одобрен на заседании кафедры туризма и гостиничного дела Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» 30 ноября 2020 г., протокол № 7.

Я, Свиридова Наталья Дмитриевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук,
08.00.05 – Развитие производительных сил
и региональная экономика,
профессор, заведующий кафедрой туризма
и гостиничного дела,
ГОУ ВО ЛНР «Луганский
государственный университет
имени Владимира Даля»

 Наталья Дмитриевна Свиридова

Подпись д.э.н., профессора Н.Д. Свиридовой удостоверяю:

Начальник отдела кадров

 Ю.А. Степанова

Государственное образовательное учреждение высшего образования
Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Почтовый адрес: 91034, г. Луганск, квартал Молодежный, 20 А

Тел/факс: (0642) 41-22-25, (0642) 50-07-25, (0642)41-31-60,

Эл. почта: kafedratourizm@gmail.com

Сайт организации: <http://dahluniver.ru/>