

## ВІДГУК

офіційного опонента на дисертацію **Гавриш Ірини Іванівни**  
на тему: «Формування та розвиток привабливості регіонів України:  
маркетинговий підхід», поданої на здобуття наукового ступеня кандидата  
економічних наук за спеціальністю 08.00.05 – Розвиток продуктивних сил  
і регіональна економіка

### *Актуальність теми дослідження та її зв'язок з державними науковими програмами*

Протягом останніх десятиліть у світі спостерігається тенденція у зміні моделі розвитку регіональної господарської системи – від моделі, яка базується на використанні матеріальних умов та природних ресурсів, до формування моделі, орієнтованої на активізацію використання, поряд з матеріальними, і нематеріальних ресурсів регіону. В умовах становлення інноваційної економіки (економіки знань) нематеріальні ресурси (стратегія, знання і навички державних і муніципальних службовців, активність груп впливу, якість життя, екологічність, безпека тощо) стають також провідними чинниками розвитку регіону, забезпечуючи орієнтацію не тільки на кількісні (економічні), а й якісні (соціальні) критерії, які у сукупності формують гармонійну картину його привабливості.

Розвиток теоретичних і методичних основ в області визначення привабливості регіону як сучасного чинника розвитку регіональної господарської системи ще не набуло належного розвитку. Наявні дослідження в цій області в основному присвячені інвестиційній складовій. Підвищений інтерес вчених до визначення та оцінки інших видів привабливості регіону пояснюється практикою тих країн та регіонів, що успішно розвиваються, оскільки їх перевагами виступають у більшій мірі нематеріальні чинники (бренд регіону, імідж, наявність стратегії розвитку, інноваційний потенціал, комфортність проживання, якість населення, безпека ведення бізнесу, екологічний стан тощо). На сьогодні врахуванню цих

складових при визначенні привабливості регіону, на жаль, не приділялося належної уваги з боку вчених і практиків.

У зв'язку з зазначеними обставинами доцільним є уточнення змісту поняття привабливості регіону в контексті концепції сталого розвитку та розробки методичного інструментарію оцінки та критеріїв відбору чинників привабливості, які впливають на процеси її формування та розвитку з позицій різних цільових аудиторій.

З огляду на вищезазначене, дисертаційне дослідження І.І. Гавриш, предметом якого виступають теоретичні, методологічні й прикладні засади формування, розвитку та регулювання привабливості регіонів на основі маркетингового підходу, є важливим і актуальним, а тема роботи відповідає спеціальності 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.

Викладені в дисертаційній роботі методичні розробки розвивають економічну науку новими підходами і методичним інструментарієм проведення оцінки привабливості регіону на основі маркетингових підходів. Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути впроваджені на різних рівнях територіального управління та в практичній діяльності неурядових установ, які сприяють процесам децентралізації влади в Україні.

Дисертант приймав участь у науково-дослідній роботі за планами, що виконуються у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича, «Використання маркетингових інструментів для забезпечення сталого розвитку територій» (державний реєстраційний номер 0112U000321), де сформована концепція територіального маркетингу як основа формування та підвищення привабливості регіону, розроблено методичні засади маркетингового підходу до формування привабливості регіону, запропоновані напрями імплементації маркетингових інструментів у програми міжнародного співробітництва, та «Трансформація системи регіональних ринків на основі маркетингового підходу» (державний реєстраційний номер 0117U004713), де розроблено теоретичні аспекти

привабливості регіону та методика її оцінки для різних цільових аудиторій; досліджено маркетинговий механізм формування привабливості регіону; проведені експертні опитування та маркетингові дослідження привабливості регіонів і на їх основі розроблено практичні рекомендації, спрямовані на активізацію використання маркетингових інструментів у регіональній політиці привабливості.

***Відповідність дисертаційної роботи сучасним потребам науки і практики***

Дисертаційне дослідження виконане в межах наукових тем Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича, «Використання маркетингових інструментів для забезпечення сталого розвитку територій» (державний реєстраційний номер 0112U000321) та «Трансформація системи регіональних ринків на основі маркетингового підходу» (державний реєстраційний номер 0117U004713). Слід зазначити, що особистий внесок здобувача у виконання зазначеної науково-дослідної тематики висвітлено у дисертації та в авторефераті.

***Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, їх достовірність і новизна***

Наукові положення, висновки та рекомендації дисертаційної роботи теоретично обґрунтовані, переконливо аргументовані та достовірні, про що свідчать акти впровадження результатів дослідження в пропозиціях до проекту постанови КМУ «Деякі питання удосконалення моніторингу та оцінки регіонального розвитку» (довідка Департаменту регіонального розвитку Чернівецької ОДА № 01.49/54-1932 від 05.10.2017 р.); пропозиції зі створення «Агентства із залучення і просування прямих інвестицій в регіон»; (довідка Управління регіонального розвитку, містобудування та архітектури Чернівецької обласної державної адміністрації № 02-26/1002 від 10.10.2017 р.); підтримка Чернівецького підрозділу «Центру розвитку місцевого самоврядування» (лист за № 45/1 від 09.10.2017 р.).

Автор достатньо коректно використовує відомі наукові методи обґрунтування отриманих результатів, висновків та рекомендацій. Також вивчені і критично аналізуються відомі досягнення та теоретичні положення провідних вчених, що пов'язані із дослідженнями питань формування та розвитку привабливості регіонів. Список використаної літератури містить 337 найменувань.

Стиль викладання результатів дисертації свідчить про обізнаність дисертанта в галузях маркетингу, статистики, економічного аналізу, тощо. У висновках дисертації дана в основному вірна оцінка наукового і практичного значення роботи і зазначені рекомендації подальшого використання результатів.

Теоретичні та практичні аспекти дисертаційного дослідження впроваджено в навчальний процес Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича Міністерства освіти і науки України, зокрема при викладанні дисциплін «Регіональна економіка», «Регіональний маркетинг», «Маркетинг у галузях та сферах діяльності» (довідка № 15/15 від 17.10.2017 р).

Достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій дисертації здобувача підтверджується також їхньою апробацією на міжнародних та всеукраїнських наукових і науково-практичних конференціях та семінарах. Їх тематика, час і місце проведення зазначені у дисертаційному дослідженні та в авторефераті.

Детально вивчивши дисертаційну роботу І.І. Гавриш, вважаємо, що наукову новизну визначає ряд теоретичних та методологічних наукових результатів, одержаних автором особисто. Особливо цікавими є наступні:

- уточнено поняття «привабливість регіону», під яким слід розуміти сукупність стійких об'єктивних і суб'єктивних уявлень про властивості й ознаки, чинники й умови, можливості й обмеження, засоби й інструменти, які забезпечують задоволення та перспективу зростання

потреб цільових аудиторій при виборі ними даного регіону для активної діяльності, а також формують їхню лояльність до регіону;

- удосконалено підхід до оцінки привабливості регіонів шляхом застосування принципу мультикомпонентності, який, на відміну від інших, включає три взаємопов'язані та взаємодоповнюючі блоки: оцінку привабливості регіону на основі офіційної статистичної інформації; експертні оцінки, які базуються на уявленнях, думках і висновках науковців, представників бізнесу, регіональних і громадських лідерів; спеціальні маркетингові дослідження, напрями яких визначаються проблемами і потребами цільових аудиторій, що дозволило отримати автентичні результати оцінювання рівня привабливості регіонів;
- уточнено компаративний аналіз показників привабливості регіону, який передбачає багатокритеріальну систематизацію та порівняння офіційних статистичних даних основних параметрів регіонального розвитку, що дозволило сформувати групові індекси окремих диференціальних рис привабливості для кожної цільової аудиторії і на їх основі обчислити інтегральні індекси привабливості, які дають можливість провести міжрегіональне порівняння, зробити висновок про сильні та слабкі позиції регіонів, ідентифікувати взаємозв'язки між різними видами привабливості регіону;
- обґрунтовано доцільність використання маркетингового підходу до привабливості регіону, який на відміну від інших, передбачає довгострокове системне управління розвитком регіону, в основі якого знаходиться клієнтоорієнтованість та партнерство, чітке визначення цільових аудиторій та їхніх потреб, використання традиційних та інноваційних інструментів для підвищення, збереження чи зниження привабливості регіону через формування гнучкої регіональної політики;

- запропоновано класифікацію видів привабливості регіону шляхом введення нової класифікаційної ознаки «за цільовими аудиторіями» – інвестиційна, бізнесова, поселенська, міграційна, туристична, стейкхолдерська, що на відміну від існуючих, дозволить конкретизувати чинники та критерії, які вирізняють специфічні потреби та характеристики цільових аудиторій, визначити точки диференціації та сформувані на їхній основі адресні програми просування регіону;
- запропоновано концептуальну модель привабливості регіону, яка формується на основі методології STP-маркетингу за трикутником «стратегія – тактика – реалізація» і спрямована на пошук, виявлення та залучення цільових аудиторій регіону через системне та послідовне виконання процедур сегментування, таргетування, позиціонування і розробку на їхній основі стратегічних, тактичних та операційних маркетингових заходів у рамках регіональної політики привабливості;
- використано підхід до формування набору критеріїв через ідентифікацію їхнього змісту для експертної оцінки різних видів привабливості регіонів з позицій обраних цільових аудиторій, який, на відміну від існуючих, дозволяє виявити найбільш показові маркери привабливості регіону і здійснити чітке позиціонування регіону та сформувані політику його адресного просування;
- визначено сутність та зміст поняття «регіональна політика привабливості», яке, на відміну від існуючих, передбачає її спрямування на залучення уваги до регіону визначених цільових аудиторій, розробку та реалізацію органами регіональної влади та місцевого самоврядування за активної участі членів громади, урахування загальнонаціональних, власне регіональних та місцевих (локальних) інтересів;
- узагальнено зарубіжний досвід застосування маркетингового підходу до формування та реалізації регіональної політики привабливості в

рамках її окремих видів, що дозволило обрати напрямки, засоби та інструменти, які доцільно та можливо застосовувати в регіонах України для вирішення широкого переліку завдань;

- використано бенчмаркінгову технологію пошуку і виокремлення маркетингових інструментів формування та розвитку привабливості регіонів, які надають синергійний ефект регіональним механізмам і можуть бути імплементовані в політику соціально-економічного розвитку регіонів України.

Елементи наукової новизни сформульовані коректно, характеризуються глибоким теоретичним осмисленням проблеми, системністю та логічністю викладу, аргументація кожного положення є достатньою. Можна зробити висновок про те, що сформульовані в дисертації здобувача наукові положення та рекомендації щодо впровадження в економічну практику відзначаються новизною, є достатньо достовірними і обґрунтованими.

### ***Оцінка змісту та завершеності дисертації***

Обрана мета дослідження відповідає її темі, закономірно зумовлена зв'язком дисертації із зазначеними нами вище науковими напрямами, програмами і планами, чітко сформульована, конкретизована у завданнях, що дозволило логічно побудувати структуру роботи.

На базі узагальнення літературних джерел дисертантом доведено наявність невирішених теоретичних та практичних проблем, запропоновано власне тлумачення основних категорій, положень та сформовано підходи до вирішення виявлених проблем на основі розширення / удосконалення термінологічного апарату, розробки теоретичних і прикладних засад їх вирішення.

У першому розділі дисертації автором проведено комплексне теоретичне порівняння категорій «конкурентоспроможність регіону» та «привабливість регіону» (с. 25-33). На основі аргументації самостійності та взаємопов'язаності категорій «конкурентоспроможність регіону» та

«привабливість регіону», запропонованій у табл. 1.1. (с.26-27) доведено, що зазначені терміни необхідно розмежовувати, але ні в якому разі не протиставляти один одному. Це самостійні категорії, які мають різну цільову орієнтацію, кінцеву мету використання і, як наслідок, набір жорстких та м'яких чинників, стандартів, методик, механізмів формування базових і додаткових характеристик (критеріїв), необхідних для їхньої всебічної оцінки об'єкта застосування.

Зазначено зміну філософії та цілей розвитку регіонів і міст України, які для підвищення своєї привабливості починають використовувати сучасний маркетинговий інструментарій, орієнтуючись на формування у своїх межах якісного середовища для проживання, для відвідування, соціальної реалізації населення, сприятливого інвестиційного та підприємницького середовища. Відповідно до запропонованої у дисертаційній роботі концептуальної моделі привабливості регіону, сформованої на основі методології STP-маркетингу «стратегія – тактика – реалізація» (рис.1.1, с. 56) визначено доцільність та перспективність застосування маркетингових підходів при формуванні регіональної політики привабливості, яка передбачає визначення комплексу стійких довготривалих переваг регіону, спрямованих на підвищення привабливості регіонального продукту порівняно з іншими регіонами не тільки для жителів, але й для інших цільових груп – туристів, відвідувачів, інвесторів, населення та підприємців інших міст, суб'єктів регіонального, національного та міжнародного рівня.

Заслуговує на увагу запропонований автором алгоритм проведення оцінки привабливості регіону для різних цільових аудиторій (с. 68-77), який дасть можливість уникнути проблемних моментів, пов'язаних із врахуванням впливу об'єктивно-суб'єктивної системи критеріїв привабливості і гармонізувати сприйняття привабливості для визначених цільових аудиторій на основі порівняльного аналізу та ідентифікації типу регіональної програми дій з адресного диференційованого просування привабливості на визначені пріоритетні цільові аудиторії.



В другому розділі дисертації автор на даних офіційної статистики проводить порівняльну оцінку привабливості регіонів для різних цільових груп та аналіз міжрегіональних співставлень інтегральних показників привабливості регіонів. Отримані значення інтегральних індексів привабливості для всіх цільових аудиторій (авторeref. с.11 ) дали підстави розподілити регіони за зонами, які відповідають градації інтервалів оцінювання, які дали можливість провести міжрегіональне порівняння і зробити висновок про сильні та слабкі позиції регіонів, ідентифікувати взаємозв'язки між різними видами привабливості регіону.

У розділі наведено результати оцінки привабливості регіонів України для різних цільових аудиторій, які були проведені на основі багатокритеріальної комплексної оцінки і дали можливість порівняти оцінки привабливості, що визначалась на основі даних офіційної статистики та висновків експертів. Було акцентовано увагу на певних розбіжностях якісних (експертних) і кількісних (інтегральних) оцінок інвестиційної привабливості для низки областей.

У роботі запропоновано механізм ідентифікації виду регіональної політики привабливості (стимулююча, адаптивна, компенсаційна, протидіюча) спрямованої на визначені цільові аудиторії, що базується на основі співставлення зон інтегральної оцінки привабливості для різних цільових аудиторій та рівня узагальненої експертної оцінки.

У третьому розділі дисертаційної роботи розглянуто пріоритетні види регіональної політики привабливості, які визначаються на основі цілей, особливостей, характеру, структури та взаємодію комплексу інструментів регіональної політики.

Заслуговує на увагу, запропонована у даному розділі адаптована бенчмаркінгову технологію визначення успішних практик формування та розвитку привабливості регіону, застосування якої дозволить правильно оцінити ситуацію, розробити, адаптувати і впровадити досвід кращих регіонів у питанні формування та розвитку привабливості та надасть

можливість забезпечити синергійний ефект від використання регіональних механізмів і їх імплементації в політику соціально-економічного розвитку регіонів України.

Кожен розділ завершується висновками, у яких зазначені основні результати досліджень. Загальні висновки логічно випливають зі змісту роботи, у концентрованому вигляді відображають основні результати дисертаційної роботи.

Вивчення матеріалів дисертації дозволяє зробити висновок, що наукові результати, отримані автором, базуються на ґрунтовній та всебічній розробці проблеми, що досліджується, аналізі різних підходів до її вирішення, використанні великого масиву літературних джерел. Результати досліджень мають достатній ступінь достовірності, яка обумовлена використанням великого обсягу аналітичних і статистичних даних, а також сучасними методами наукових досліджень.

Отже, можна стверджувати, що мета дисертаційної роботи в ході виконання дослідження була досягнута, а дисертація є завершеною науковою працею.

#### ***Наукова та практична цінність отриманих результатів***

Наукова цінність результатів полягає у розвитку окремих положень сучасних економічних теорій, в обґрунтуванні методології, побудованої на поєднанні основі маркетингових підходів та регіональної економіки в частині визначення принципів формування сучасної регіональної політики підвищення рівня привабливості регіону із орієнтацією на пріоритетність визначення та врахування потреб цільових аудиторій регіону і задля забезпечення сталого регіонального розвитку та тривалу перспективу.

Практична цінність роботи полягає в тому, що отримані в процесі дослідження теоретичні підходи та конкретні практичні рекомендації знайшли широке впровадження на різних рівнях територіального управління та в практичній діяльності неурядових установ, які сприяють процесам децентралізації влади в Україні.

### ***Повнота викладу результатів дослідження у фахових та інших наукових виданнях***

Основні результати дисертаційного дослідження Гавриш Ірини Іванівни на тему «Формування та розвиток привабливості регіонів України: маркетинговий підхід» викладені у 15 опублікованих працях загальним обсягом 10,1 др. арк., з яких 6,87 др. арк. належать особисто автору, з них: 11 статей опубліковано у наукових фахових виданнях (з них 4 у виданнях України, які включено до міжнародних науко метричних баз даних, 2 статті – у закордонних видання), 4 – у матеріалах наукових конференцій.

Наголосимо, що в опублікованих працях відображені основні наукові положення і результати дисертаційної роботи. Термін розсилання примірників фахових видань, у яких опубліковані праці дисертанта, а також кількість публікацій, обсяг, якість, повнота висвітлення результатів та розкриття змісту дисертації відповідає вимогам «Порядку присудження наукових ступенів».

### ***Оцінка ідентичності змісту автореферату й основних положень дисертації***

Основні наукові положення, отримані результати і рекомендації виконаного дисертаційного дослідження досить повно відображено в авторефераті. Автореферат відповідає вимогам, що ставляться до авторефератів дисертації на здобуття наукового ступеня доктора наук. Аналіз тексту дисертаційної роботи та автореферату дозволяє зробити висновок щодо ідентичності змісту автореферату й основних положень дисертації.

Отже, дисертаційна робота Гавриш Ірини Іванівни на тему «Формування та розвиток привабливості регіонів України: маркетинговий підхід» за змістом, логікою побудови основних композиційних частин, а також за оформленням відповідає вимогам ДАК України, викладеним в «Основних вимогах до дисертацій і авторефератів дисертацій».

### *Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертації*

Високо оцінюючи результати дослідження, слід відзначити деякі дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертаційної роботи:

1. Запропонована автором роботи концептуальна модель привабливості регіону сформована на основі методології STP-маркетингу «стратегія – тактика – реалізація» (автореф. рис. 1 с. 9) у частині «Стратегія» передбачає визначення пріоритетності критеріїв привабливості виключно на основі методики сегментування. Доцільно було б розширити процедуру визначення критеріїв привабливості регіону методиками класичного стратегічного аналізу (SWOT, PEST), які знайшли широке використання у вітчизняній теорії та практиці формування стратегій розвитку регіонів.
2. При визначенні та деталізованій характеристиці критеріїв, які, на думку автора роботи, визначають привабливість регіону з позицій економічно та соціально орієнтованих цільових аудиторій (п. 2.2. ), автор роботи зосередилась на обґрунтуванні доцільності врахування зазначених критеріїв з позицій їх можливого впливу на різні види привабливості. Доцільно було б провести додаткову систематизацію та групування виділених критеріїв, що полегшило б процедуру проведення експертної оцінки привабливості.
3. Результати експертної оцінки спрямована на уточнення визначальних критеріїв привабливості регіонів для різних цільових аудиторій (п.2.3.), які на думку автора, дозволять сформуванню комплексного уявлення про їхній вплив на різні види привабливості регіону та визначити характерні риси привабливості, конкретизувати напрямки її диференціації для різних регіонів та цільових аудиторій обмежуються тільки 6 областями Західного регіону. На нашу думку, для повноцінної картини експертну оцінку та порівняльний аналіз доцільно було б провести по всіх 8 областях Західного регіону України.

4. При застосуванні мультикомпонентної багатокритеріальної оцінки визначення рівня привабливості регіону автор зосередилась на статистичних (об'єктивних) та експертних (суб'єктивних) методах оцінювання. На нашу думку, повноцінна оцінка визначення рівня привабливості регіону мала б враховувати і прогностичні методи оцінки привабливості на короткострокову та довгострокову перспективу із залученням методів економіко-математичного моделювання. Такий підхід дозволив би більш чітко визначити пріоритети регіональної політики по підвищенню рівня привабливості регіону на основі фактичних та прогнозних значень.
5. Запропонований у роботі перелік маркетингових технологій та інструментів формування/розвитку привабливості регіону для різних цільових аудиторій, отриманий автором у результаті використання технологій бенчмаркінгу (с. 234-235) доцільно було б посилити розробленою матрицею регіональної маркетингової програми підвищення / просування привабливості регіону на базі певної області, яка б підкреслила практичну цінність запропонованого переліку.

Наведені положення є дискусійними і не зменшують значимість наукових розробок здобувача.

#### **Загальний висновок**

Представлена дисертаційна робота Гавриш І.І. на тему: «Формування та розвиток привабливості регіонів України: маркетинговий підхід» є актуальною, виконана на достатньо високому рівні, отримані в процесі дослідження наукові результати характеризуються науковою новизною і мають практичну цінність. Дисертація є завершеною науково-дослідною роботою, за своїм змістом і якістю відповідає вимогам, що викладені у пп. 9, 11, 12 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 року №567 зі змінами.

Виходячи з вищезазначеного, вважаємо, що представлена дисертаційна робота Гавриш Ірини Іванівни «Формування та розвиток привабливості регіонів України: маркетинговий підхід» відповідає вимогам МОН до кандидатських дисертацій, а її автор заслуговує присудження наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.

Офіційний опонент:

Доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедрою економічної  
кібернетики та маркетингу  
Черкаського державного технологічного  
університету Міністерства освіти  
і науки України



О.В. Коломицева

Підпис підтверджую:

В.о. секретаря Вченої ради  
Черкаського державного  
технологічного університету,  
к.філософських наук



В.С. Даценко

Черкаський національний  
університет ім. Василя Стефанишина  
Вх. НДОР 0302-15/18  
16.02.2018