

Председателю диссертационного совета
24.2.373.02, созданного на базе ФГБОУ
ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)» по
защите диссертации на соискание ученой
степени кандидата наук, на соискание
ученой степени доктора наук, д.э.н.,
профессору Пржедецкой Н.В.

ОТЗЫВ

официального оппонента, доктора экономических наук, доцента Ляпиной Иннары Рафаильевны на диссертационную работу Васильевой Валентины Сергеевны на тему: «Маркетинг территории как фактор устойчивого социально-экономического развития региона в повышении его инвестиционной привлекательности», представленную к защите на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Актуальность темы исследования.

Проблематика маркетингового управления, включенности маркетинга в программы долгосрочного социально-экономического развития регионов России стала общепринятой практикой, которая, несмотря на сложности геополитической ситуации, безальтернативно реализуется. Это, в свою очередь, повышает запрос на гибкие подходы к управленческим процессам и согласованию интересов участвующих в развитии территории сторон, что опосредует интерес к маркетинговым концепциям и инструментам.

Маркетинг территории в данном контексте представляется критически востребованным, поскольку позволяет ориентировать принимаемые и реализуемые решения на достижение консенсуса в интересах самой территории, внешних и внутренних по отношению к ней групп стейкхолдеров. Именно это предопределяет интерес к выбору различных подходов и моделей реализации маркетинга территории с учетом потребностей и актуализированных задач в социально-экономическом развитии конкретного региона.

Еще одним пулом вопросов, включаемых в повестку маркетинга территории, как фактора ее социально-экономического развития, выступает работа по повышению инвестиционной привлекательности, что опосредует анализ взаимосвязи маркетинга территории и инвестиционного маркетинга региона в теоретическом плане и прикладных решениях. Поскольку проблематика устойчивого развития также остается востребованной практикой в социально-экономическом развитии регионов страны, то решения территориального маркетинга в части привлечения инвестиций также должны быть ориентированы на приоритетность экологических и социальных вопросов, наряду с экономическими.

Все вышеуказанное опосредует актуальность представленной диссертационной работы, посвященной развитию теоретико-методических подходов к маркетингу территории, как фактору устойчивого социально-экономического развития региона в повышении его инвестиционной привлекательности.

Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации, определяется проведенным научным поиском, авторскими обобщениями и обновлением существующих подходов к классификационным основам маркетинга территории, инвестиционного маркетинга, связи с устойчивым социально-экономическим развитием территории.

В заслугу автору следует отнести уточнение теоретическое обоснование использования маркетинга территории и инвестиционного маркетинга в привлечении инвестиций в региональное развитие (с. 13-32 диссертации), а также взаимоувязку маркетинга территории и концепцией устойчивого развития (с. 33-62 диссертации) и анализ существующего механизма поддержки инвестиционной активности в регионах России в аспекте территориального маркетинга (с. 96-114), а также совершенствование решений территориального маркетинга в повышении инвестиционной привлекательности устойчивого социально-экономического развития региона (с. 115-150).

В исследовании автором последовательно отобран, сформирован, проанализирован достаточный массив вторичной информации, а также первичной маркетинговой информации, позволяющей верифицировать полученные результаты.

Обоснованность выводов и результатов диссертационной работы также подтверждается корректным выбором объекта и предмета исследования, постановкой цели и последовательным решением исследовательских задач, таких как: исследование теоретических подходов к наполнению, направлению и моделям маркетинга территории и его взаимосвязи с инвестиционным маркетингом в привлечении инвестиций в региональное развитие; анализ эволюции и особенностей маркетинга территории в связи с концепцией устойчивого развития; исследование присутствия маркетинга территории в процессах социально-экономического развития и наращивания инвестиционного климата регионов России; анализ механизма поддержки инвестиционной активности в регионах и обоснование данных направлений в рамках инвестиционного маркетинга региона; исследование основных социально-экономических характеристик Ростовской области в аспекте реализации территориального маркетинга; обоснование дополненной классификации маркетинга территории и понимание результативности инвестиционного маркетинга региона; определение актуализированной модели территориального маркетинга для регионов в России на примере Ростовской области.

Достоверность и научная новизна полученных в диссертации выводов и рекомендаций. Достоверность и обоснованность основных научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации,

базируется на использовании статистической базы о социально-экономической деятельности регионов и их инвестиционной привлекательности, анализе трудов в части территориального и инвестиционного маркетинга, использовании общенаучных и специальных методов исследования.

Васильевой В.С. проанализированы результаты монографических исследований отечественных и зарубежных авторов, материалы научных трудов отечественных и зарубежных ученых, связанные с обоснованием участия маркетинга территории в социально-экономическом развитии региона, а также посвященные его классификационным основам, моделям и направлениям реализации, применению инвестиционного маркетинга; маркетинговым концепциям в соотношении с технологическими укладами; материалы официальной статистики.

Автор диссертационной работы опиралась на результаты представленных в открытой печати эмпирических исследований, ею исследованы программные документы, связанные с построением инвестиционных карт территорий; отчетные материалы исследовательских агентств, связанные с оценкой инвестиционной привлекательности регионов; данные вторичных исследований, раскрывающие оценку деловой среды и инвестиционной привлекательности для бизнеса, удовлетворенности качеством жизни и оказываемыми сервисами для населения; открытые данные по анализируемой тематике в сети Интернет.

Научная новизна диссертационной работы состоит в теоретико-методической разработке и предложении рекомендаций по использованию моделей маркетинга территории на основе обеспечительной функции инвестиционного маркетинга в интересах устойчивого социально-экономического развития региона.

Наиболее значимыми положениями приращения научного знания можно считать следующие:

- уточнены авторские дополнения классификации маркетинга территории, в том числе по критерию связанности с инвестиционным маркетингом в регионе, что развивает теоретические основы данного направления маркетинговой науки. (с. 13-15, 153-155);

- сформулирован комплекс основных характеристик инвестиционного маркетинга региона, проекта, предприятия и уточнена его взаимосвязь с маркетингом территории (с. 38-49);

- приведено авторское обоснование сопоставления концепций социально-экономических систем с проявляющейся в них концепцией маркетинга и охарактеризованы связи этапов становления территориального маркетинга с укладами развития социально-экономических систем, превалированием реализуемых задач, видов маркетинга, решений в инвестиционном маркетинге (с. 50-62, 78-79);

- дано обоснование востребованности гибридной модели маркетинга территории, характеризующейся превалирующей целью, основными участниками и подходами к управлению, используемыми инструментами, ресурсами и инфраструктурой (с. 133-135, 149-151);

- предложено распределение моделей инвестиционного маркетинга региона в сопоставлении с моделями маркетинга территории с позиции подхода к выбору приоритетных инвесторов и проектов (с. 156-167).

Основные положения авторского диссертационного исследования опубликованы и доступны для ознакомления.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 22 научных публикациях общим объемом 10,4 п.л. (9,6 п.л. авторского текста), в том числе 3 коллективных монографиях объемом 2,4 п.л. (2,2 п.л. авторского текста), 4 научных работах общим объемом 2,0 п.л. (1,7 п.л. авторского текста) в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК, и 15 прочих публикациях общим объемом 6,0 п.л. (5,7 п.л. авторского текста). Требования к публикационной активности полностью выполнены.

Значимость для науки и практики полученных автором выводов и результатов исследования.

Теоретическая значимость диссертационной работы Васильевой В.С. состоит в том, что она сконцентрирована на содержательном обновлении имеющихся научных представлений об участии маркетинга территории, инвестиционного маркетинга региона в устойчивом социально-экономическом развитии. Результаты диссертационной работы расширяют теоретические основы маркетинга территории в вопросах классификации, взаимосвязи с инвестиционным маркетингом региона, актуализации выбора конкурентной, интегративной, сетевой и гибридной моделей, базирующихся на различном сочетании интересов стейкхолдеров территориального развития, вовлекаемых инструментах и реализуемых подходах.

Практические результаты исследования состоят в возможности применения и дальнейшей модернизации (в интересах маркетингового управления регионом) конкурентной, интеграционной, сетевой и гибридной моделей маркетинга территории и инвестиционного маркетинга в выборе решений по повышению его инвестиционной привлекательности; основываются на обосновании рекомендаций, имеющих прикладное значение для управленцев в регионах. Кроме того, предложения и рекомендации, полученные в результате диссертационного исследования, нашли применение в деятельности Государственного автономного учреждения Ростовской области «Региональный информационно-аналитический центр».

Выводы автора, теоретические обобщения и рекомендации нашли применение в учебном процессе ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» в рамках ведения образовательной деятельности кафедры «Маркетинг и реклама» при изучении таких дисциплин, как «Маркетинг», «Маркетинг устойчивого развития территории», «Маркетинг устойчивого развития и ESG».

Автореферат диссертационной работы отражает основные выносимые автором на защиту научные положения, полученные результаты, теоретическую значимость, практические рекомендации в объеме, достаточном для их оценки с позиций, как содержательной составляющей, так и научной оригинальности и практической востребованности.

Сформулированная Васильевой В.С. цель диссертационной работы и поставленные для ее достижения задачи, опосредовали ясную логику проведения исследования. Все вышеизложенное позволяет утверждать, что диссертационная работа Васильевой В.С. решает поставленную цель и обозначенные задачи, обладает внутренним единством, четкой логикой, завершенным характером.

Дискуссионные положения и замечания. Вместе с тем, работа не лишена недостатков. В данной связи отмечу выявленные недостатки и дискуссионные положения.

1. Автор в работе при аналитическом рассмотрении осуществления маркетинга территории и инвестиционного маркетинга в регионе (с. 115-150) концентрируется на примере Ростовской области. Соответственно, необходимы комментарии и пояснения относительно того, насколько сделанные выводы и полученные результаты соотносятся с проявляющейся в части маркетингового управления ситуации в других регионах страны.

2. Автор в диссертации затрагивает рассмотрение различных каналов коммуникаций между властями региона и бизнесом, а также уровни в реализации инструментов маркетинга территории, способствующих привлечению инвестиций в регион (с. 80-82). Вместе с тем, учитывая большое значение данного вопроса, считаю, при работе бы содержательно выиграла, если бы эти направления были проанализированы глубже.

3. В исследовании автор концентрируется, преимущественно, на анализе кейсов привлечения инвестиций и реализации практик инвестиционного маркетинга на примере российских регионов, упоминая лишь несколько зарубежных примеров. Целесообразным было бы более глубоко проработать вопрос использования инструментов инвестиционного маркетинга региона с использованием опыта зарубежных территорий.

4. Учитывая активные цифровые преобразования в регионах страны, развития цифровой среды, следовало сконцентрироваться на этом аспекте в осуществлении маркетинга территории. Однако его рассмотрение, в том числе в коммуникациях между заинтересованными лицами территории, привлечением инвестиций и учету интересов, осталось за гранью проведенного анализа.

Заключение о соответствии диссертации нормативным критериям, установленным Положением о присуждении ученых степеней.

Вышеобозначенное позволяет сделать заключение о том, что полученные диссертантом результаты имеют научную ценность и существенное прикладное значение.

Диссертационное исследование Васильевой В.С. является целостной, завершенной научно-квалификационной работой, выполненной самостоятельно на высоком научно-методическом уровне. Данная работа представляет собой комплексное исследование (на основании результатов которого сформулированы теоретические выводы и научно-практические рекомендации), в котором решена научная задача, нацеленная на разработку решений по обоснованию применения востребованных моделей

территориального маркетинга на основе инвестиционного маркетинга региона в обеспечении его устойчивого социально-экономического развития.

Диссертация и автореферат выполнены в соответствии с требованиями ВАК, имеющиеся у автора и включенные в автореферат научные публикации достаточно полно отражают основные положения и выводы диссертационного исследования. Диссертационная работа выполнена в соответствии с Паспортом научных специальностей ВАК Минобрнауки России по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), п. 10.2 «Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности», п. 10.19 «Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития и повышения инвестиционной привлекательности».

В целом представленная диссертационная работа интересна по содержанию, выполнена на достаточном теоретическом уровне, имеет практическую направленность, отвечает требованиям ВАК при Минобрнауки России, в частности пп. 9-11, 13-14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 (в действующей редакции), а ее автор, Васильева Валентина Сергеевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по научной специальности 5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика» (маркетинг).

Официальный оппонент:

Ляпина Инна Рафаильевна
д.э.н., доцент, заведующий кафедрой
маркетинга и предпринимательства,
ФГБОУ ВО Орловский государственный
университет имени И.С. Тургенева»
08.06.2026 г.

Сведения об официальном оппоненте:

Шифр научной специальности, по которой защищена докторская диссертация: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика)

Наименование университета: ФГБОУ ВО Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

Почтовый адрес университета: 302026, ул. Комсомольская, д. 95, Орловская область, г. Орел

Телефон: +7(4862)417-777

сайт: <https://oreluniver.ru/>

e-mail: innara_lapina@mail.ru



Секретарь ученого совета
ФГБОУ ВО "Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева"
И.Н. Чаадаева
8.06.2026