

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, профессора
Стариковой Марии Сергеевны 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

В настоящее время востребованы решения в области маркетинга
территории как управленческой концепции, позволяющей в хозяйственной
практике изначально ориентироваться на текущие и перспективные интересы
территории. Маркетинг территории, рассматриваемый в неразрывной связи с
концепцией устойчивого развития, обоснованно признается фактором,
обеспечивающим социально-экономическое развитие территории по научно
обоснованному сценарию, что способствует повышению ее инвестиционной
привлекательности.

Проблемы выбора актуальной модели маркетинга территории,
учитывающей целевые ориентиры и интересы ключевых групп
стейкхолдеров, подходы к отбору проектов и привлечению инвестиций
образуют комплекс задач, решение которых необходимо для обеспечения
устойчивого социально-экономического развития конкретной территории. В
данных процессах маркетинг территории позволяет, с одной стороны,
использовать консолидированные возможности внутренних экономических
агентов, а с другой — привлекать внешние ресурсы (инвесторов и
предпринимательские структуры, заинтересованные в разворачивании
деловой активности на территории).

Приведенная аргументация обуславливает объективный интерес к
маркетингу территории, а также к аналитическому исследованию
инвестиционного маркетинга региона и его моделей, что дает возможность
выстраивать приоритеты в траектории эволюции региональной экономики с

учетом императивов устойчивого развития. Указанные обстоятельства определяют направленность настоящего исследования на изучение маркетинга территории как фактора обеспечения устойчивого социально-экономического развития региона. Вышеизложенное подтверждает актуальность и своевременность предпринятого исследования, а также теоретическую и практическую значимость его результатов.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации, их достоверность и новизна

Обоснованность выносимых на защиту научных результатов, представленных в работе, прежде всего, определяется: критическим осмыслением и сравнительным анализом теоретической базы научных (фундаментальных и прикладных) исследований по тематике диссертации; использованием представительного статистического материала из экспертно-аналитических и официальных источников; корректным использованием выбранных методов проведения исследования; логически выверенной постановкой и решением исследовательских задач; проведением собственных (вторичных и первичного) исследований, сопоставлений и обобщений. Достоверность защищаемых в работе научных положений и представленных в диссертации результатов обеспечивается подходом к формированию, обработке и анализу фактологического материала диссертации.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в теоретико-методическом обосновании, а также конструировании практических решений по выбору и использованию моделей маркетинга территории на базе обеспечительной функции инвестиционного маркетинга региона, ориентированного на его устойчивое социально-экономическое развитие. Приращение научного знания можно отметить за счет следующих положений:

1) дана уточненная классификация маркетинга территории, дополненная рядом значимых (с теоретических и прикладных позиций) критериев, что способствует развитию теоретических основ маркетинга территории с учетом императивов устойчивого развития в контексте социально-экономических преобразований региона (с. 13-14, 153-155);

2) обоснован формат взаимосвязи инвестиционного маркетинга региона с маркетингом территории и раскрыты основные характеристики инвестиционного маркетинга проекта / предприятия, инвестиционного маркетинга региона и маркетинга территории, что способствует развитию теоретико-методического обеспечения маркетинга территории на основе понимания интересов стейкхолдеров, включенных в процессы устойчивых изменений региона (с. 38-49);

3) предложено авторское видение соотнесения концепций социально-экономических систем с актуализированной для них концепцией маркетинга, а также детализирована связь этапов становления маркетинга территории с социально-экономическими укладами, что значимо для понимания

ретроспективы происходящих процессов и проявления текущих практик территориального маркетинга (с. 50-62, 78-79);

4) на основе анализа существующих практик (уровней взаимодействия, анализа реальных кейсов, сопоставления интересов участников, ведения проектов) обоснована преобладающая роль гибридной модели маркетинга территории применительно к российским регионам (с. 133-135, 149-151);

5) обоснована идентификация моделей инвестиционного маркетинга региона, базирующихся на подходе к выбору приоритетных инвесторов и проектов, реализуемых с участием различных стейкхолдеров на определенной территории; модели дифференцированы на конкурентную, интеграционную, сетевую и гибридную, что способствует повышению качества маркетингового планирования и росту инвестиционной привлекательности в интересах социально-экономического развития региона в русле тенденций устойчивого развития (с. 156-167).

Теоретическая и практическая значимость выводов и рекомендаций диссертации, направления их использования

Выполненное В.С. Васильевой исследование обладает теоретической и практической значимостью, которая выражается в возможности использования полученных результатов для углубления теории маркетинга территории в условиях устойчивых хозяйственных практик и совершенствования применения инструментария инвестиционного маркетинга в процессе социально-экономического развития.

Теоретические результаты исследования расширяют возможности теории маркетинга территории в аспекте устойчивых практик социально-экономических преобразований региона и обоснования моделей инвестиционного маркетинга, отвечающих его интересам. Сформулированные теоретические положения могут стать частью научного базиса маркетинга территории и служить основой для последующих исследований по проблемам маркетингового управления социально-экономической эволюцией территорий в рамках устойчивого сценария с привлечением инструментария инвестиционного маркетинга.

Практическая значимость проведенного В.С. Васильевой исследования обусловлена доведением авторских выводов до уровня конкретных рекомендаций, которые могут быть востребованы специалистами в области регионального управления при планировании маркетингового управления территорией. Авторские обобщения, предложения и разработки представляют интерес для руководителей и стейкхолдеров, вовлеченных в социально-экономические преобразования в регионе на основе концепции маркетинга территории, ориентированной на повышение инвестиционной привлекательности.

Полнота отражения основных результатов в научных изданиях

Основные положения диссертации отражены 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).

Содержание автореферата и отражение в нем ключевых положений диссертации

Автореферат диссертации отражает основные выносимые автором на защиту научные положения, результаты, практические рекомендации, а также итоговые выводы исследования в степени, достаточной для их оценки с позиций, как содержательной составляющей, так и научной оригинальности и практической востребованности.

Оценка содержания диссертации и ее завершенность

Структура, содержание и оформление представленного для составления отзыва экземпляра диссертации Васильевой В.С. полностью соответствует размещенному на официальном сайте университета варианту.

По структуре диссертация состоит из 3 глав, объединенных в 9 параграфов. Научная зрелость автора подтверждается стилем изложения, соответствующим общепринятому формату для работ такого рода. Структура изложения содержательного наполнения диссертационной работы Васильевой В.С. логична. В первой главе автор концентрируется на теоретических основах маркетинга территории как фактора устойчивого социально-экономического развития региона. Вторая глава посвящена анализу реализации маркетинга территорий в регионах России (с учетом практик привлечения инвестиций). Третья глава раскрывает рекомендации относительно совершенствования решений территориального маркетинга в повышении инвестиционной привлекательности устойчивого социально-экономического развития региона.

Поставленная автором диссертационной работы цель, а также все сформулированные для ее последовательного достижения задачи, детерминировали четкую логику проведения исследования.

Вышеизложенное позволяет утверждать, что диссертационная работа Васильевой В.С. решает заявленную цель и поставленные задачи, обладает внутренним единством, завершенным характером.

Замечания по диссертационной работе

В то же время в диссертационной работе Васильевой Валентины Сергеевны, помимо изложенных достоинств, присутствует ряд недостатков и дискуссионных положений.

1. Изложенные в параграфе 1.1 диссертации с опорой на теоретический анализ модели маркетинга территории (конкурентная, интеграционная и сетевая), на наш взгляд, нуждаются в однозначной развернутой авторской оценке с позиции целесообразности и возможности их применения в практике маркетингового управления конкретными территориями.

2. В диссертационной работе автор аналитически рассматривает несколько кейсов инвестиционного маркетинга применительно к зарубежным регионам. В связи с этим возникает вопрос об уместности и целесообразности анализа зарубежных кейсов, поскольку условия функционирования на зарубежных рынках характеризуются существенными отличиями и представляются малоприменимыми в отечественной практике.

3. По нашему мнению, работа выиграла бы, если бы автор представил собственное видение содержательного наполнения гибридной модели маркетинга территории и соответствующей модели инвестиционного маркетинга на примере нескольких субъектов Российской Федерации, входящих, в частности, в Южный федеральный округ, а не ограничивался исключительно Ростовской областью. Это позволило бы осуществить сравнительный анализ и усилить обоснованность авторских выводов.

4. Представляется, что основные направления маркетинга территории, исследуемые в работе в теоретическом и прикладном аспектах (маркетинг инфраструктуры, маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг населения) и предполагающие привлечение инвестиций, следовало бы предметно проиллюстрировать на примере конкретного региона, в частности Ростовской области, что требует дополнительных пояснений со стороны автора.

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

Вышеизложенное позволяет заключить, что полученные диссертантом результаты обладают научной ценностью и существенным прикладным значением.

Диссертационное исследование Васильевой Валентины Сергеевны представляет собой концептуально целостную, завершенную научно-квалификационную работу, выполненную соискателем самостоятельно на высоком научно-методическом уровне. Работа является комплексным исследованием, на основе результатов которого сформулированы значимые теоретические выводы и научно-практические рекомендации; в ней решена научная задача, состоящая в разработке методических решений по применению маркетинга территории как фактора устойчивого социально-экономического развития региона в целях повышения его инвестиционной привлекательности.

Диссертация и автореферат выполнены в соответствии с требованиями ВАК, 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».

Представленная диссертационная работа интересна по содержанию, выполнена на должном 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:

Старикова Мария Сергеевна,
д.э.н., профессор, ведущий научный сотрудник
кафедры менеджмента и маркетинга
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет»



«17» июня 2026 г.

Сведения об официальном оппоненте:

Шифр научной специальности, по которой защищена докторская диссертация:
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: промышленность)

Наименование университета: федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Почтовый адрес университета: Россия, 308015, Белгородская область, г. Белгород, ул. Победы, д. 85

Телефон: +7 (4722) 30-12-11

сайт: bsuedu.ru

e-mail: Info@bsuedu.ru

