

В диссертационный совет
24.2.372.06 на базе
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

ОТЗЫВ НА АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук
Назаровой Эльмиры Аляровны
на тему «Совершенствование методов формирования и оценки
маркетингового потенциала региона»
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика
(маркетинг)

Актуальность

Актуальность диссертационной работы Назаровой Э.А. обусловлена слабой теоретико-методологической разработанностью проблемы формирования и оценки маркетингового потенциала региона. В свою очередь, данный аспект является одним из ключевых факторов социально-экономического развития и повышения инвестиционной привлекательности территории. Диссертационное исследование построено на обосновании необходимости разделения более широкого понятия «территориальный маркетинг» от более узкого — «региональный маркетинг». На основе данного разделения Назарова Э.А. дает собственную трактовку дефиниции «маркетинговый потенциал региона», базисом которой выступают качественные и количественные характеристики, опираясь на которую в дальнейшем разрабатываются авторский методический подход к оценке маркетингового потенциала региона и предлагаются рекомендации по его совершенствованию.

Следует подчеркнуть, что проблема формирования и оценки маркетингового потенциала в региональном аспекте является актуальной и значимой ввиду того, что данный показатель позволяет целевым аудиториям региона следить за его маркетинговым состоянием и в дальнейшем выбирать корректную маркетинговую стратегию позиционирования, исходя из стоящих перед территорией социально-экономических целей и задач.

Отмеченные достоинства автореферата

Исследование Назаровой Э.А. является логически завершенной работой и обладает научной новизной. Результаты, полученные в ходе исследования, являются важными не только в научном плане, но и имеют высокое практическое значение.

Обоснованность выводов и результатов исследования характеризуется публикацией автором 20 научных работ и выступлением на 8 конференциях. Реализация предложенного Назаровой Э.А. подхода к оценке маркетингового потенциала региона в ООО «Велторф» позволила компании освоить новые региональные рынки, в Законодательном Собрании Санкт-Петербурга – выдвинуть предложения для усиления региональных позиций в аспекте бренда, в Местной Администрации внутригородского муниципального образования города федерального значения Санкт-Петербурга Муниципальный Округ Народный – определить основополагающие предложения для развития хозяйствующих субъектов, входящих в состав региона. Также предложенный подход был внедрен в преподавание дисциплины «Маркетинг» в Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого.

Особого внимания заслуживает методический подход к оценке маркетингового потенциала в аспекте региона, предложенный автором. Данный подход интегрирует качественные и количественные методы исследования, за счет чего обеспечивается глубина и достоверность анализа маркетингового потенциала региона.

Отмеченные недостатки автореферата

Вместе с отмеченными достоинствами исследования необходимо указать на его недостатки. Во-первых, в автореферате на рисунке 2 (стр. 11) отсутствует графическая интерпретация указанных причинно-следственных связей между элементами, отражающими логику исследования маркетингового потенциала региона. Требуется дополнительное уточнение позиции автора о связи между маркетинговым потенциалом и устойчивым

социально-экономическим развитием региона. Во-вторых, требует дополнительного обоснования подход к выбору показателей в модели формирования маркетингового потенциала и способов их расчета, в частности, показателя «стоимость бренда региона» (рис. 5, стр. 14).

Однако указанные недостатки не снижают общей положительной оценки автореферата.

Заключение

Основываясь на теоретической и практической значимости результатов проведенного исследования, основные положения которого нашли отражение в автореферате, а также учитывая информационно-эмпирическую базу, теоретическую и методологическую основу исследования, можно сделать вывод о том, что диссертационная работа Назаровой Эльмиры Аляровны на тему «Совершенствование методов формирования и оценки маркетингового потенциала региона» соответствует требованиям п. 9 Положения о присуждении учёных степеней, утверждённого постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание учёной степени кандидата наук, а её автор, Назарова Эльмира Аляровна, заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Олифирова Александр Васильевич,
доктор экономических наук, профессор,
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования «Крымский федеральный
университет имени В.И. Вернадского»,
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал),
факультет туризма и гостеприимства,
профессор кафедры «Экономики и финансов»

298635, РФ, Республика Крым, г. Ялта,
ул. Севастопольская, 2а
тел.: (3654) 23-63-13
e-mail: gpa@cfuv.ru

Подпись *Олифирова*
Идентификационный
Специалист ОИ
13 09