

В диссертационный совет Д.999.118.02  
при ФГБОУ ВО «Уральский  
государственный экономический  
университет»,  
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский  
государственный университет  
(национальный исследовательский  
университет)»

## **ОТЗЫВ**

на автореферат диссертации  
Сажиной Александры Ильдаровны  
на тему «Совершенствование инструментов маркетинга территорий на  
основе вовлечения жителей в сопроизводство масштабных событий»,  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством  
(маркетинг)

Инструментарий маркетинга территорий способен обеспечить всесторонний подход к решению вопросов, связанных с восприятием территорий как внешними, так и внутренними целевыми сегментами. В настоящее время совершенствование инструментов маркетинга территорий требует детального анализа и систематизации стратегических целей маркетинга территорий, изучения преимуществ и эффектов от использования тех или иных инструментов, а также оценки готовности ключевых заинтересованных сторон участвовать в маркетинговых мероприятиях, направленных на повышение привлекательности территорий.

Анализ современных маркетинговых практик, проводимых на территории субъектов Российской Федерации показывает, что в настоящее время лишь незначительная доля субъектов РФ целенаправленно и планомерно внедряет маркетинговые стратегии повышения привлекательности территорий. На основании этого считаем, что тема диссертационного исследования А.И.Сажиной является актуальной.

Предлагаемые соискателем подходы к моделированию процессов вовлечения жителей в сопроизводство на основе ключевых маркетинговых

концепций действительно могут стать основой повышения конкурентоспособности и экономической стабилизации субъектов РФ.

Диссертационное исследование Сажиной А.И. обладает следующими элементами научной новизны:

Уточнено понятие «сопроизводство» для применения в рамках маркетинга территорий. В своем подходе автор акцентирует внимание на вовлечение жителей в маркетинговую деятельность, направленную на создание привлекательного образа территории.

Соискателем обоснован подход к типологизации вовлечения жителей в процесс сопроизводства в маркетинге территорий, который позволяет проанализировать основные характеристики и типы сопроизводства, а также оценить необходимые условия для включения жителей в маркетинговую деятельность, реализуемую на определенной территории.

Автором разработана и эмпирически верифицирована модель формирования готовности жителей к участию в активном сопроизводстве масштабных событий, включающая следующие ключевые элементы: отношение жителей к сопроизводству, готовность жителей участвовать в сопроизводстве, личные выгоды от участия в сопроизводстве, отношение к городу, отношение к реализуемому масштабному событию.

Необходимо отметить широкую апробацию предложенной автором модели. Для верификации предложенной модели автором самостоятельно были проведены опросы жителей ряда российских городов и оценена их готовность участвовать в сопроизводстве масштабных событий. Таким образом, можно сделать вывод о том, что поставленные автором цели и задачи были достигнуты в полной мере.

Вместе с тем, хотелось бы выделить некоторые дискуссионные вопросы и положения, требующие пояснений.

1. Из текста автореферата неясно, в чем особенность активных процессов сопроизводства (стр. 13 автореферата) и имеются ли другие процессы?

2. Из текста автореферата не вполне понятно, как авторская типология активных процессов сопроизводства масштабных событий (стр. 13 автореферата) связана с предлагаемым поэтапным алгоритмом (стр. 21 автореферата) вовлечения жителей в сопроизводство масштабных событий. Это в некоторой степени сужает представление о результатах проделанного соискателем исследования.

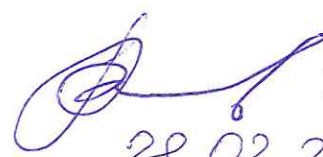
Тем не менее, обозначенные замечания не снижают общей ценности диссертации Сажиной А.И.

Результаты изучения автореферата позволяют сделать вывод о том, что диссертация Сажиной А.И. соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. №842, а автор работы Сажина Александра Ильдаровна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Заведующий кафедрой маркетинга,  
и.о. директора Института маркетинга  
Государственного университета управления,  
доктор экономических наук, профессор

**Сведения об авторе отзыва:**

Азоев Геннадий Лазаревич,  
заведующий кафедрой маркетинга,  
и.о. директора Института маркетинга Государственного  
университета управления  
специальность 080005 «Экономика и управление  
народным хозяйством»  
109542, Москва, Рязанский проспект, 99.  
тел.: 8 (903) 663 73 61, e-mail: gl\_azoev@guu.ru

  
Г.Л. Азоев  
28.02.2022

Подпись   
УДОСТОВЕРЯЮ  
Земч   
Нач. отдела кадров

