

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)

Необходимым фактором ускоренного развития экономики России и ее территорий в условиях стремительно меняющейся геополитики мира, расширения санкций Запада и смещения приоритетов на потребителя выступает разработка и применение таких новых методов регионального управления, как маркетинг территорий. Этим обусловлена также реальная потребность регионов в использовании всего арсенала маркетинговых приемов в практике управленческой деятельности органов местного самоуправления и институтов гражданского общества территорий.

Определенным ответом на эти реальные императивы выступает, как показывает анализ автореферата, диссертация А.И. Сажиной, целеориентированная на развитие теории маркетинга территорий и событийного маркетинга для решения острых вопросов социально-экономического развития, связанных с осложнившейся в условиях пандемии непростой демографической ситуацией, складывающейся в большинстве субъектов Российской Федерации. Поиск соискателей путей решения демографической проблемы в условиях ускоряющегося сокращения численности населения России в пандемийные годы, его «центробежного» оттока из регионов посредством разработки авторской концепции повышения привлекательности территорий путем вовлечения жителей в сопроизводство масштабных событий, как направления маркетинга территорий, существенно актуализирует, обостряет проблематику диссертационной работы А.И. Сажиной.

В результате проведенного автором исследования концептуально смоделирован процесс вовлечения жителей регионов в сопроизводство масштабных событий, выявлены и конкретизированы типы активного



сопроизводства, нацеленные на повышение конкурентоспособности территории; теоретически обоснован методический подход к моделированию процессов вовлечения и оценке степени готовности жителей участвовать в сопроизводстве масштабных событий, обеспечивающий повышение результативности реализуемых в регионах масштабных мероприятий по повышению привлекательности территории для стейкхолдеров и внешних субъектов. На основе этого разработан алгоритм вовлечения жителей в сопроизводство масштабных событий в маркетинге территорий. Причем в качестве отличия предлагаемого соискателем алгоритма от уже представленных в научной литературе разработок, на наш взгляд, выступает обоснование методики оценки результативности процесса вовлечения населения в мероприятия по повышению привлекательности территории. Это позволяет решить сложные практические задачи оперативного управления маркетинговой деятельностью региона.

Проведенный анализ содержания автореферата позволяет достаточно высоко оценить инновационность результатов диссертационного исследования (с. 8), состоящую в обосновании теоретических положений и разработке методического подхода к совершенствованию инструментов маркетинга территорий, целеориентированных на вовлечение жителей в сопроизводство масштабных событий как фактора повышения уровня их удовлетворенности населения и ускорение социально-экономического развития региона. В основном следует согласиться с трактовками автора наиболее существенных результатов исследования, обладающих научной новизной и полученных лично соискателем (с.7-8), их теоретической и практической значимостью (с. 9). На основе обоснованных автором теоретических предпосылок использования концепции сопроизводства в маркетинге территорий усовершенствован понятийный аппарат за счет уточнения научной дефиниции «сопроизводство в маркетинге территорий».

Таким образом, развитые соискателем положения, на наш взгляд, заслуживают поддержки, представляют собой определенный вклад в углубление теории событийного маркетинга. Выводы и результаты, полученные автором, дополняют положения современной управленческой теории в части конкретизации и систематизации представлений об эффективных инструментах повышения привлекательности территории для стейкхолдеров и потенциальных мигрантах. Также они вносят вклад в современную дискуссию по вопросам моделирования алгоритмов оперативного управления маркетинговой деятельностью региона, направленной на повышение его конкурентоспособности, с учетом интересов широкого круга субъектов.

Конечно, в диссертационном исследовании Сажиной А.И., как в каждой самостоятельной, оригинальной, новационной работе, судя по автореферату, содержатся некоторые спорные или недостаточно обоснованные положения:



- конечно, судя по публикациям, автор занимается разработкой проблематики территориального маркетинга с 2013 г., но уже более двух лет мир живет в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции Covid-19, которая наложила осуществленных ограничения по проведение масштабных мероприятий, что осложняет реализацию разработанных предложений по масштабированию результатов исследования;

- вне поля зрения автора осталась методика расчета доли заявок на участие в масштабном событии в системе таргет-индикаторов (с. 22 автореферата), что снижает эффективность ее использования другими исследователями и маркетологами,

- хотя в автореферате представлен вклад автора в развитие научного аппарата исследования (с.12-14), но, по нашему мнению, целостная содержательная характеристика интеграции маркетинга взаимодействия, событийного маркетинга, а также концепции сопроизводства в нем не представлена.

Однако указанные замечания не снижают общей положительной оценки работы, а являются, скорее, пожеланиями на перспективу. Как показывает анализ автореферата, обоснованность сформулированных автором научных положений, выводов и рекомендаций подтверждается опорой на результаты исследований известных ученых и практиков в области событийного маркетинга; применением таких качественных и количественных методов исследования, как системный, функциональный и факторный анализ с построением аналитических моделей, а также экономико-статистических методов обработки данных; публикацией основных выводов и научных результатов: 18 статей, в т.ч. 10 – в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК, 2 – в изданиях, индексируемых в базах Scopus и Web of Science; апробацией результатов исследования на международных и всероссийских конференциях.

В заключение следует отметить высокий уровень владения профессиональной терминологией, свидетельствующий о разносторонней подготовке автора, ясность, четкость научного стиля изложения и обоснованность полученных выводов. В целом, актуальность, теоретическая и практическая значимость исследования, его научная новизна и широкая апробация позволяют сделать вывод о том, что диссертационная работа Сажиной А.И. на тему «Совершенствование инструментов маркетинга территорий на основе вовлечения жителей в сопроизводство масштабных событий» по глубине и ширине охвата проблемы, качеству и количеству научных результатов и положений,

Считаю, что представленная к защите диссертация, судя по автореферату, является самостоятельной, завершённой научно-квалификационной работой, выполненным на актуальную тему, имеющей существенное значение для совершенствования практической деятельности в сфере маркетинга территории. Работа выполнена на достаточно высоком научном уровне и отвечает требованиям "Положения о присуждении ученых

степеней", утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842.

Автор диссертационного исследования Сажина Александра Ильдаровна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Заслуженный деятель науки РФ,  
Профессор кафедры экономической  
теории экономического факультета  
Южного федерального  
университета, доктор  
экономических наук, профессор

О.С. Белокрылова

17.03.2022 г.

**Сведения об авторе отзыва:**  
Белокрылова Ольга Спиридоновна,  
Заслуженный деятель науки РФ,  
профессор кафедры экономической  
теории экономического факультета  
Южного федерального университета



*Белокрылова О.С.*

Члена  
Совета  
Южного университета  
Мирошниченко О.С.

344007, г. Ростов-на-Дону,  
ул. Горького, 88, а.103  
тел.: +7 (863) 201 98 13  
e-mail: obelokrylova@sfedu.ru