

В диссертационный совет Д 505.001.104
Финансового университета при Прави-
тельстве Российской Федерации по защите
диссертаций на соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание ученой
степени доктора наук

ОТЗЫВ

доктора экономических наук, профессора Чупрова Сергея Витальевича
на диссертацию Цао Хуакуня на тему «Развитие территориального
маркетинга как фактора инвестиционной привлекательности региона для
зарубежных партнеров», представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и
отраслевая экономика: маркетинг

1. Актуальность темы диссертационного исследования

Эффективное социально-экономическое развитие регионов и обретение ими конкурентных преимуществ закономерно фокусируются в поле зрения научного и делового сообществ, предполагая концептуализацию и инструментальное оснащение маркетинговой деятельности в динамичном пространстве переживаемых кардинальных экономических перемен. В этой связи диссертационное исследование Цао Хуакуня по развитию методологии маркетинга локальных региональных рынков с целью повышения их инвестиционной привлекательности обладает несомненной актуальностью и востребованностью в практической работе. В нынешних жёстких условиях обострения межгосударственных финансовых отношений и отстаивания экономической независимости решение поставленных в диссертации задач приобретает научную значимость для создания механизма адаптивного маркетинга в бизнес-среде деструктивных и инновационных возмущений.

Резюмируя, констатирую, что тема диссертационной работы Цао Хуакуня отвечает современной повестке исследований, а выносимые на защиту авторские положения и результаты разработки инструментария маркетинга имеют теоретико-методологическую и прикладную ценность.

2. Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

В представленном диссертационном исследовании формулируемые соискателем научные положения, выводы и рекомендации обладают достаточной степенью обоснованности и достоверности.

Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций достигается благодаря тому, что они опираются на методы бенчмаркинга, SWOT-анализа, экспертных оценок, эконометрического моделирования, кластеризации, сравнительного, позиционного анализа, прогнозной аналитики.

Достоверность результатов исследования обеспечивается применением обзора научной литературы по теме исследования, законодательных актов, научных публикаций и отчетов.

На этом основании диссертационное исследование Цао Хуакуня отличается необходимой степенью теоретической и методологической проработки, обоснованности и достоверности научных положений, выводов, рекомендаций и репрезентативности эмпирического материала, необходимого для получения научных результатов.

3. Оценка новизны, научных результатов и практической значимости

Соискатель поставил своей целью теоретическое обоснование и методическое обеспечение развития концепции методологии маркетинга локальных региональных рынков методологическими положениями, механизмом повышения инвестиционной привлекательности и рядом методик, обеспечивающих дополнительные конкурентные преимущества территорий. В соответствии с целью, объектом и предметом диссертационного исследования, соискателем компетентно определен и реализован комплекс теоретико-методических и прикладных задач.

Авторское исследование основывается на анализе, критической оценке и обобщении результатов изучения трудов отечественных и зарубежных ученых по проблемам определения совокупности релевантных факторов (географических, маркетинговых, цифровых) стратегического маркетингового планирования в пределах локальных региональных рынков. Научные результаты получены с помощью следующих групп методов: библиографического для проведения анализа базовых экономических категорий и положений в области стратегического маркетингового планирования; абстрагирования, анализа и синтеза, индукции и дедукции, регрессионно-корреляционного анализа, эконометрического моделирования, статистических оценок для уточнения понятийно-категориального аппарата территориального маркетинга с разграничением понятий «территориальный маркетинг», «региональный маркетинг» и «маркетинг территорий». Сформированы система KPI для оценки эффективности маркетинга территории с учетом ценностных установок зарубежных инвесторов и методика оценки приоритета инвестирования локальных брендов территорий на основе

кумулятивного показателя, построен алгоритм классификации регионов по уровню маркетингового потенциала на основе корреляционно-регрессионного анализа, разработаны медиапланы продвижения региональных локальных брендов на примере ряда российских регионов, представляющих интерес для китайских инвесторов.

Весомая практическая значимость работы находит выражение в разработке и детализации конкретных проектов продвижения (маркетинговой стратегии для бренда автозапчастей на рынке ДФО, медиаплана развития финансовой инфраструктуры Республики Карелия), которые могут быть непосредственно использованы органами региональной власти и управления и бизнес-структурами.

Таким образом, представленное исследование выполнено на достаточно высоком профессиональном уровне, содержит значимые элементы научной новизны, обладает теоретической и практической значимостью, характеризуется внутренним единством и логической завершенностью.

4. Замечания по диссертационному исследованию

При общей положительной оценке исследования Цао Хуакуня следует отметить вопросы и замечания по его диссертации:

1. В контексте проведенного диссертационного исследования целесообразно полнее раскрыть механизмы оценки экономической эффективности от внедрения предложенных проектов продвижения локальных брендов, включая прогнозные показатели окупаемости инвестиций для зарубежных партнеров.

2. Под углом зрения долговременного и устойчивого обеспечения конкурентных позиций на национальном и мировом рынках представляется обоснованным привлечение показателей инновационного развития территорий (уровня инновационной активности организаций региона, удельного веса инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг промышленных предприятий региона и др.), в виду чего соискателю необходимо раскрыть значение этих показателей для оценки эффективности территориального маркетинга.

3. Необходимо также соискателю пояснить, по какому критерию он выбирал регионы для оценки и анализа маркетингового потенциала регионов и их ВРП (таблица 4 автореферата).

Однако отмеченные вопросы и замечания не снижают научной ценности авторского исследования, его методологическое и прикладное значение.

5. Соответствие диссертационного исследования Положению о присуждении учёных степеней

Согласно автореферата, диссертационное исследование Цао Хуакуня является завершённой научно-квалификационной работой, в которой изложены новые научно обоснованные экономические решения по разработке теоретико-методических положений и практических рекомендаций, направленных на развитие маркетинга территорий и повышение интереса зарубежных партнеров к локальным брендам, внедрение которых вносит значительный вклад в развитие территориального маркетинга.

В целом содержание автореферата свидетельствует об актуальности, теоретической и практической значимости диссертационного исследования и его соответствии критериям и требованиям, предъявляемым ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ к диссертациям на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг. На этом основании автор диссертации Цао Хуакунь заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук.

Даю согласие на публикацию личных данных, приведённых в отзыве.

Чупров Сергей Витальевич,
профессор кафедры менеджмента
и сервиса ФГБОУ ВО «Байкальский
государственный университет»,
доктор экономических наук
(08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством), профессор

С. В. Чупров

Почтовый адрес: ул. Ленина, д. 11, каб. 3-905, БГУ, Иркутск, 664003

Адрес электронной почты: ChuprovSV@yandex.ru

Телефон: +7 (3952) 500008, вн. 137

Дата: 6 июля 2026 г.

