

В диссертационный совет
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации
Д 505.001.104 по защите диссертаций
на соискание учёной степени
кандидата наук, на соискание учёной
степени доктора наук

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации 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 (экономические науки)**

Результаты научного исследования, изложенные в диссертации Цао Хуакуня являются актуальными и значимыми, поскольку посвящены одному из ключевых проблем поиска альтернативных моделей пространственной экспансии. В условиях, когда традиционные центральные локации исчерпывают свои возможности, бизнес вынужден рассматривать перспективы освоения территорий, ранее считавшихся менее привлекательными с географической точки зрения. Однако такая диверсификация требует особого научного подхода, основанного на глубоком анализе конкурентной среды, потребительского поведения и инфраструктурного потенциала локальных рынков.

Теоретическая значимость работы заключается в развитии методологии теории маркетинга территорий. Особый интерес к работе вызывает выбранная автором методологическая основа исследования, которую составляют комплексный подход к анализу проблемы и современные методы исследования. Методология включает в себя: методы бенчмаркинга и SWOT-анализа для определения сценариев развития маркетингового потенциала региона; методы эконометрического моделирования для разработки моделей взаимозависимости маркетингового потенциала региона и результативного показателя его экономического развития; метод кластеризации для классификации регионов по уровню их маркетингового потенциала; а также

методы сравнительного и позиционного анализа для формирования медиаплана проекта маркетингового продвижения локальных брендов на примере конкурентных рынков Дальневосточного федерального округа и медиаплана развития финансовой инфраструктуры Республики Карелия.

В данном контексте маркетинг локальных рынков можно рассматривать как аналитическую составляющую стратегического маркетингового управления, обеспечивающую баланс территориальной и временной ценности потребительского опыта.

Практическая ценность исследования подтверждается внедрением результатов в деятельность коммерческих предприятий и учебный процесс Финансового университета. Кроме того, соискателем внедрена авторская методика построения карты конкурентов и методика оценки приоритета инвестирования локальных брендов территорий опережающего развития на основе кумулятивного показателя, что позволяет определить внутрирегиональные и межрегиональные различия, а также оценить вклад перекрестных межрегиональных факторов.

При этом можно отметить следующие аспекты, требующие дополнительной аргументации: при формировании матрицы, визуализирующей распределение регионов России по критериям «маркетинговый потенциал региона» и ВРП на четыре квадранта и разработке рекомендаций для регионов каждого квадранта не приведены критерии, по которым регионы могут переходить из одной категории в другую при реализации предложенных рекомендаций.

Отмеченное замечание носят рекомендательный характер для дальнейших исследований.

Структура работы логична и последовательна, что позволяет четко проследить аргументацию автора и глубину проведенного исследования.

Диссертационная работа Цао Хуакуня на тему «Развитие территориального маркетинга как фактора инвестиционной привлекательности региона для зарубежных партнеров» по своему теоретическому уровню, научной новизне и практическому значению удовлетворяет требованиям Положения о порядке присуждения ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, а ее автор, Цао Хуакунь,

заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальностям 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки).

Заведующий кафедрой менеджмента
и маркетинга Института экономики
и управления ФГАОУ ВО «Белгородский
государственный национальный
исследовательский университет»
(НИУ «БелГУ»)
доктор экономических наук, доцент

Герасименко
Ольга Александровна

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

Адрес электронной почты: gerasimenko@bsuedu.ru

Тел.: 8 (4722) 30-12-97

«13» 07 2026 г.

Лв
У
ка
т
и к



Ф
Б
«

тет!
_ л.
6.

От
утв

ИИ,
тов