

В Диссертационный совет ФГБОУ ВО
«Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте
Российской Федерации»
119571, г. Москва, проспект Вернадского, д.82

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации
на диссертацию Жирковой Марины Владимировны «Брендинг территорий
как инструмент регионального развития», представленную на соискание
ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. -
«Региональная и отраслевая экономика».

Актуальность темы диссертационного исследования

Диссертационное исследование Жирковой М.В. посвящено актуальным
вопросам обоснования подхода к брендированию территории с точки зрения
реализации стратегических целей региональной политики. В современных
условиях возрастающей конкуренции между регионами за инвестиции,
человеческие ресурсы и туристические потоки, формирование узнаваемого
территориального бренда становится важнейшим инструментом повышения
конкурентоспособности и устойчивого развития регионов.

Важность и своевременность исследования обусловлены
необходимостью поиска новых инструментов и механизмов реализации
региональной политики, способных обеспечить долгосрочный эффект и
устойчивое развитие. Инструментарий в предлагаемой автором процессной
модели может явиться одним из определяющих подходов в практике
применения процесса брендирования в субъектах Российской Федерации и
заслуживает экспертной поддержки и одобрения.

Таким образом, тема диссертационного исследования отличается
высокой степенью актуальности как с теоретической, так и с практической
точки зрения, а полученные результаты могут быть востребованы в научном
сообществе и в органах федеральной и региональной власти.

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

1. Диссертационное исследование обладает четкой структурой,
состоящей из введения, трех глав, заключения, списка использованных
источников и приложений. Объект и предмет исследования сформулированы
достаточно четко и соответствуют обозначенной тематике диссертационного
исследования. Цель согласуется с предметной областью исследования и
логично раскрывается через четыре задачи, отражающих последовательное
развитие исследования от теоретико-методологических основ к реализации
авторских разработок. Структура диссертации соответствует формулировкам

задач и способствует восприятию исследования как целостной законченной работы.

2. Диссертационное исследование содержит значительное количество графического материала (в работе приведено 97 иллюстраций, в том числе 63 рисунка и 34 таблицы). Эти материалы выполнены достаточно подробно, имеют оригинальность и определенный авторский стиль исполнения. В совокупности, они обеспечивают наглядность и обоснованность авторских рассуждений в ходе исследования.

3. Автором проделана большая поисковая и аналитическая работа по оценке состояния и распределения брендов территорий по субъектам Российской Федерации по состоянию с 2010-2023 гг. с учетом целевого назначения и направленности брендов, определения инициаторов и разработчиков процесса, целевой аудитории и т.д.

4. Убедительная информационная база, которая представлена значительным количеством данных, полученных из различных источников. Соискатель обращается к большому объему научных трудов отечественных и зарубежных авторов, использует справочно-статистические данные (например, данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, Министерства экономического развития Российской Федерации, Министерства промышленности и торговли Российской Федерации) и т.д. Значительное количество источников информации (библиографический список состоит из 220 наименований) подтверждают надежность эмпирических данных и укрепляют обоснованность умозаключений Жирковой М.В.

5. По результатам научного исследования автором опубликовано 10 научных статей, в том числе, 1 в изданиях, входящих в перечень журналов, рекомендованных Ученым советом РАНХиГС для публикаций статей по экономическим наукам и 4 статьи в журналах, входящих в перечень рецензируемых изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, установленный ВАК при Министерстве науки и высшего образования России. Полученные соискателем результаты были успешно представлены на различных международных и всероссийских научно-практических конференциях.

Новизна научных положений, выводов и рекомендаций диссертационного исследования

Анализ основных положений, отражающих научную новизну исследования, позволяет сделать вывод об их достаточно высокой актуальности и обоснованности. Ключевым научным результатом диссертационного исследования является разработка теоретико-методологического подхода к процессу брендинга территорий в региональном развитии. По итогам проведенного исследования диссертантом получен ряд результатов, обладающих признаками научной новизны:

1) Предложен новый подход к изучению брендинга территорий, в рамках него сформулировано определение термина «бренд территории», опирающееся на результаты статистико-семасиологического анализа; приведена аргументация в пользу авторского подхода к изучению брендинга территорий как инструмента регионального развития.

2) Разработан алгоритм изучения практики брендинга территорий, который представляет собой последовательную процедуру анализа практики брендинга территорий. Алгоритм, предложенный в диссертационной работе, основан на синтезе теоретических основ, разработанных разными авторами, с учетом сходства и интеграции взаимодополняющих элементов.

3) Определены принципы брендинга территорий в контексте регионального развития. Принципы сформулированы на основе критического анализа существующей практики брендинга территорий в 40 субъектах Российской Федерации.

4) Представлен методический подход к процессу брендинга территорий как инструмента регионального развития, включающий процессную модель и инструментарий.

Замечания и дискуссионные моменты, содержащиеся в диссертационном исследовании

В целом положительно оценивая диссертационную работу Жирковой М.В., признавая научную новизну, теоретическую и практическую значимость полученных результатов, следует отметить некоторые замечания и дискуссионные моменты:

1. В чем принципиальное отличие разработанной процессной модели реализации брендинга территорий как инструмента регионального развития (рисунок 49) от просто модели реализации брендинга территории?

2. В связи с представленной на рисунке 49 моделью брендинга территорий возникает вопрос: способен ли территориальный бренд к самостоятельному развитию или требуется его продвижение? Если рассматривать бренд как инструмент регионального развития, то каким образом в регионе должно осуществляться развитие/продвижение, кто должен за это отвечать и главное, какие критерии оценки? Возможно ли достижение брендом территории максимального уровня развития, как это можно определить?

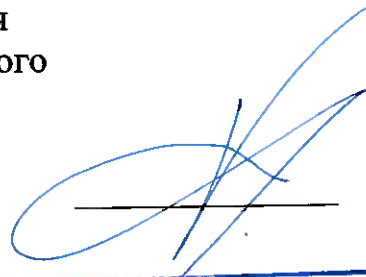
3. Как можно оценить бренд как инструмент регионального развития? В частности, если речь идет о табл. 24 стр. 183, отражает ли она оценку бренда в целом или больше логотипа, как визуального символа (судя по перечню критериев оценивания)?

4. В отношении таблицы 25 стр.184-185 носит ли предлагаемый инструментарий при использовании процессной модели брендинга территорий универсальный характер? Если да, то не приведет ли это к унификации территориальных брендов как таковых с нивелированием уникальности и идентичности?

Вместе с тем, указанные замечания не снижают научно-практической ценности полученных результатов и выводов. У данного диссертационного исследования присутствуют все необходимые признаки актуальности, достоверности, научной новизны, теоретической и практической значимости полученных лично соискателем научных результатов.

Вывод: Диссертация Жирковой Марины Владимировны «Брендинг территорий как инструмент регионального развития» является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задачи, имеющей важное значение для развития экономической науки и практики, что соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842 и Порядка присуждения ученой степени кандидата наук, ученой степени доктора наук в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, утвержденного приказом ректора ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в редакции приказа от 30 апреля 2025 года № 02-763, приказ об изм. № 02-1313 от 10.07.2025; приказ об изм. 02-1794 от 17.09.2025), а Жиркова Марина Владимировна заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика».

Член диссертационного совета РАНХиГС,
доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры менеджмента,
директор Центра стратегического развития
ФГБОУ ВО «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы при
Президенте Российской Федерации»,
Владимирский филиал



О.Л. Гойхер

«22» декабря



подпись О.Л. Гойхера
удостоверяю

Адрес места работы: 600017, Российская Федерация,
г. Владимир, ул. Горького, д. 59а
Телефон: +7 (4922) 53-28-57,
Электронная почта: goykher-ol@ranepa.ru