

В диссертационный совет Д 212.101.13
по экономическим наукам
при ФГБОУ ВПО «Кубанский
государственный университет»

Отзыв
на автореферат диссертации
Багдасарян Карины Артуровны
на тему:

«Бренд региона как маркетинговый фактор
социально-экономического развития территории»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Тема диссертационного исследования Багдасарян К.А. представляется весьма актуальной. Судя по автореферату, исследование существенно обновляет и углубляет научное знание относительно процесса становления территориального бренда. В настоящее время чрезвычайно актуальной является задача эффективного развития инвестиционной, социальной, туристической привлекательности регионов в рамках страны и мирового сообщества. При этом до сих пор не решено противоречие между пониманием необходимости развития маркетинга территорий и отсутствием реальных проработанных механизмов его реализации. Одной из приоритетных задач становится определение «своего лица» (наиболее сильной конкурентной позиции) каждого субъекта, при этом избегая негативных последствий моноспециализации. Кроме того, сегодня, решая задачи маркетинга территорий, важно не идти по пути «дикой» конкуренции между городами и регионами, а выстраивать систему, при которой развитие разных территорий дает общий синергетический эффект, основу для развития страны в целом.

Автореферат диссертации К.А. Багдасарян дает представление об авторе исследования, как о подготовленном, квалифицированном специалисте, способном решать сложные социально-экономические задачи. Использование целого комплекса методов подтверждает достоверность полученных результатов. К сожалению, текст автореферата не позволил полностью оценить достоинства и недостатки работы, тем не менее, хотелось бы порекомендовать автору при изложении основных результатов исследования раскрыть не только содержательные, но и организационные компоненты исследуемого процесса. Это, на наш взгляд, позволило бы более наглядно представить механизм внедрения предлагаемых автором маркетинговых методик повышения конкурентоспособности территориального бренда.

Также не совсем понятно введенное автором определение «архитектура бренда», на наш взгляд можно было бы рассмотреть данное понятие более конкретно.

На наш взгляд работа могла бы быть усилена сравнительно-сопоставительным анализом брендов схожих по своему рекреационному и туристскому потенциалу территорий, таких как Краснодарский край, Байкал, Алтай и прочие. Особенно этот анализ представляется нам важным в контексте брендинга различных кластеров СКФО и их позиционирования внутри одного региона.

И наконец, хотелось бы более глубоко рассмотреть связь бренда с конкурентоспособностью территории, рассмотреть факторы повышения конкурентоспособности региона.

Однако высказанные замечания не снижают значимости проделанной работы, которая вносит заметный вклад в разработку проблемы брендинга регионов России. Таким образом, отмечая несомненную актуальность и новизну рецензируемого диссертационного исследования, подтверждая положительное и продуктивное решение соискателем задач, обращая внимание на теоретическую и практическую значимость исследования К.А.Багдасарян, считаем диссертацию «Бренд региона как маркетинговый фактор социально-экономического развития территории» отвечающую требованиям ВАК, отвечает требованиям, которые определены п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», и является основанием для присуждения её автору, Багдасарян Карине Артуровне, ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (Маркетинг)».

Доктор экономических наук,
профессор кафедры менеджмента
и маркетинга ТГУ им. Г.Р.
Державина



О.А. Степичева

Контактная информация:

Адрес: 392000, г. Тамбов, ул. Советская, 93, кааб. 51

Телефон: 8 (4752) 71-25-41

e-mail: warum72@mail.ru

ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

Подпись Степичева

ЗАВЕРЯЮ

Начальник управления кадров И.А. Комова