

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА 24.2.315.07,
СОЗДАННОГО НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ» МИНИСТЕРСТВА НАУКИ И ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ПО ДИССЕРТАЦИИ НА
СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от 04.03.2026 г. № 6

О присуждении Лесных Надежде Юрьевне, гражданство РФ,
ученой степени кандидата экономических наук.

Диссертация «Обеспечение социально-экономического развития региона на основе формирования репутационных факторов» по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (региональная экономика) принята к защите 24 декабря 2025 г., протокол заседания № 5, диссертационным советом 24.2.315.07, созданным на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кемеровский государственный университет» Министерства науки и высшего образования РФ, 650000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная 6, приказ № 1588/нк от 28 ноября 2022 г.

Соискатель, Лесных Надежда Юрьевна, 05 сентября 1991 года рождения, в 2019 году окончила магистратуру Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Вятский государственный университет» по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» (диплом № 104331 0080162, регистрационный номер 10-И, дата выдачи 21.01.2019).

В 2022 году соискатель поступила и в 2025 году окончила очную аспирантуру Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего

образования «Вятский государственный университет» по научной специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика. Кандидатские экзамены сданы в период обучения в аспирантуре (свидетельство об окончании аспирантуры № 104304 0000006, регистрационный номер ФГТ-6, дата выдачи 07.07.2025).

С сентября 2024 года по настоящее время Надежда Юрьевна Лесных работает в должности «старший преподаватель» на кафедре менеджмента и маркетинга Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Вятский государственный университет».

С мая по сентябрь 2025 года Лесных Надежда Юрьевна была прикреплена для подготовки диссертационного исследования к Федеральному казенному образовательному учреждению высшего образования «Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний» (приказ № 286 от 12.05.2025).

Диссертация выполнена на кафедре экономики, менеджмента, организации производственной деятельности и трудовой адаптации осужденных экономического факультета Федерального казенного образовательного учреждения высшего образования «Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний».

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор Соколова Анастасия Андреевна, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Вятский государственный университет», кафедра менеджмента и маркетинга, профессор.

Официальные оппоненты:

Кузнецова Инна Геннадьевна, доктор экономических наук, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный университет инженерии и биотехнологий», кафедра управления и отраслевой экономики, профессор;

Пьянкова Светлана Григорьевна, доктор экономических наук, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный экономический университет», кафедра региональной, муниципальной экономики и управления, профессор;

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», г. Луганск, в своем положительном отзыве, подписанном Родионовым Александром Владимировичем, доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой производственного менеджмента, и утвержденном Киреевым

Андреем Николаевичем, доктором технических наук, профессором, проректором по научной работе и инновационной деятельности Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», указала, что диссертационная работа Надежды Юрьевны Лесных соответствует требованиям ВАК при Минобрнауки России, предъявляемым к диссертациям согласно п.п. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013 г. (в ред. от 16.10.2024 г.), а ее автор, Лесных Надежда Юрьевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (региональная экономика).

Диссертационное исследование Лесных Надежды Юрьевны соответствует п.п. 1.1, 1.3 паспорта специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика.

Соискатель имеет 14 опубликованных работ по теме диссертации, из них 8 статей в рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК РФ для опубликования основных научных результатов диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук. В публикациях раскрыты теоретические основы и практические механизмы использования репутационных факторов с целью обеспечения социально-экономического развития региона. Основное внимание уделено методикам оценки влияния репутационных факторов на ключевые показатели развития регионов (на примере ПФО), а также созданию инструментов для активизации этих факторов при участии бизнеса и государства. Работы носят как концептуальный, так и прикладной характер.

В опубликованных научных работах раскрыты положения научной новизны, отраженные в диссертационном исследовании и выносимые на защиту. Результаты работы получены соискателем лично. В диссертации отсутствуют недостоверные сведения об опубликованных соискателем ученой степени работах.

К наиболее значимым работам Лесных Н.Ю. следует отнести:

1. Лесных, Н.Ю. Методика активизации репутационных факторов обеспечения социально-экономического развития на основе интеграции ресурсов, возможностей и нематериальных активов предпринимательских структур / Н.Ю. Лесных. – Текст: непосредственный // Международный научно-аналитический журнал «Евразийское пространство: экономика, право, общество». – 2025. – № 8. – С. 44-49 (0,38 п.л.).

2. Лесных, Н.Ю. Механизм обеспечения социально-экономического развития региона на основе репутационных факторов и формирования территориального бренда /

Н.Ю. Лесных. – Текст: непосредственный// Финансовый бизнес. – 2025. – № 8. – С. 104-110 (0,44 п.л.).

3. Лесных, Н.Ю. Оценка влияния репутационных факторов на социально-экономическое развитие региона / Н.Ю. Лесных. – Текст: электронный // Russian journal of management. – 2025. – Т.13. – № 7. – С. 62-72. – URL: <https://rusjm.ru/ru/nauka/article/102732/view?ysclid=mfdug8vu7104296900> (0,69 п.л.).

4. Лесных, Н.Ю. Анализ влияния репутационных факторов на социально-экономическое развитие регионов (на примере Приволжского федерального округа)/ Н.Ю. Лесных, Н.К. Савельева, А.А. Созинова, М.В. Палкина. – Текст: электронный // Экономика, предпринимательство и право. – 2025. – Т. 15. – № 7. – URL: <https://1economic.ru/lib/123331?ysclid=mfduvj9m86738061239> (1,25 п.л./ 0,3 п.л.).

5. Лесных, Н.Ю. Модель территориального бренда: структура и сущностные характеристики/ Н.Ю. Лесных, А.А. Созинова, Н.К. Савельева, Т.А. Бурцева. – Текст: электронный // Экономика, предпринимательство и право. – 2025. – Т. 15. – № 7. – URL: <https://1economic.ru/lib/123369?ysclid=mfdw39n8ra334979941> (1,5 п.л./ 0,4 п.л.).

6. Лесных, Н.Ю. Оценка качественных характеристик репутационных факторов социально-экономического развития региона / Н.Ю. Лесных. – Текст: непосредственный// Международный научно-аналитический журнал «Евразийское пространство: экономика, право, общество». – 2025. – № 7. – С. 92-100 (0,56 п.л.).

7. Лесных, Н.Ю. Теоретические основы и концептуальные подходы к исследованию процессов социально-экономического развития регионов / Н.Ю. Лесных. – Текст: непосредственный// Научно-практический, теоретический журнал «Экономика и управление: проблемы, решения». – 2024. – Т. 27. – № 12(153). – С. 204-210 (0,44 п.л.).

8. Лесных, Н.Ю. Методические основы формирования территориального бренда как репутационного фактора обеспечения социально-экономического развития региона / Н.Ю. Лесных. – Текст: непосредственный // Научно-практический, теоретический журнал «Экономика и управление: проблемы, решения». – 2024. – Т. 28. – № 12(153). – С. 47-53 (0,44 п.л.).

На диссертацию и автореферат поступили следующие отзывы:

отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой экономики предприятия ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина» Кузнецова Виктора Павловича – положительный, имеются замечания: 1. В первом пункте научной новизны (с. 5) и на протяжении всего автореферата обосновывается доминирующая роль территориального бренда как ключевого репутационного фактора. Требуется дополнительное пояснение, на каком

основании автор утверждает о его доминирующей роли по сравнению с другими репутационными факторами, особенно в контексте их совокупного влияния. 2. На стр. 14 представлен ситуационный анализ влияния репутационных инициатив на показатели СЭР, где для оценки прироста используются данные за 1 и 5 лет после внедрения. Отмечается, что по ряду республик (Удмуртская, Чувашская, Марий Эл) и Пензенской области статистические данные за 5-летний период на момент исследования были недоступны. Следует пояснить, как отсутствие данных по этим субъектам могло повлиять на репрезентативность выводов и общую картину выявленных тенденций;

отзыв доктора экономических наук, профессора, Главного научного сотрудника лаборатории региональной экономики ФГБУН «Федеральный исследовательский центр Южный научный центр Российской академии наук» Митрофановой Инны Васильевны – положительный, имеется замечание: в автореферате не в полной мере раскрыта и обоснована причинно-следственная связь между реализацией репутационных инициатив и динамикой показателей социально-экономического развития на этапе ситуационного анализа (с. 14). Продемонстрированный значительный прирост показателей (например, ВРП) в регионах после реализации репутационных инициатив требует более четкого методического разграничения: в какой мере этот рост является прямым следствием именно репутационных мероприятий, а в какой – результатом одновременного действия других факторов экономической политики или благоприятной общенациональной конъюнктуры;

отзыв доктора экономических наук, профессора, директора центра пространственного развития территорий и качества жизни населения, профессора кафедры экономики и управления ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина» Меркуловой Елены Юрьевны – положительный, имеются замечания: 1. В рамках первого пункта научной новизны и защищаемого положения (с. 9) обосновывается необходимость «комплексного подхода» к обеспечению социально-экономического развития региона. Требуется уточнить, в чем заключается принципиальное методическое отличие предлагаемого автором комплексного подхода от уже существующих в научной литературе системных или интегральных подходов к региональному развитию. 2. На стр. 12 представлена структурно-логическая схема территориального бренда, в которой его элементы структурированы по шести функциональным сферам (демография, туризм, культура, политика, материальное производство, бизнес). Необходимо кратко пояснить критерий, по которому был отобран именно этот, а не иной набор сфер, и как обеспечивается полнота данного перечня;

отзыв доктора экономических наук, доцента, доцента кафедры инновационной экономики и финансов ФГАОУ ВО «Белгородский государственный исследовательский университет» Быкановой Натальи Игоревны – положительный, имеется замечание: в работе недостаточно раскрыта и эмпирически обоснована гипотеза о том, что влияние репутационных факторов является универсальным драйвером для регионов с принципиально разной структурой экономики (ресурсной, индустриальной, аграрной, постиндустриальной). Требуется дополнительное пояснение, как предложенный механизм адаптируется для регионов-доноров и регионов-реципиентов, а также для территорий с изначально низким уровнем узнаваемости;

отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующей кафедрой Общего менеджмента ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» Палей Татьяны Феликсовны – положительный, имеются замечания: 1. Выявлена сильная корреляция между стоимостью территориальных брендов и показателями СЭР регионов (стр. 12, таблица 1). Но не является ли эта связь обратной? Так как высокий уровень СЭР (например, ВРП или численность рабочей силы) влияет на формирование территориального бренда. Какие методы были использованы для проверки гипотезы о влиянии именно репутационных факторов на СЭР, а не наоборот в целях исключения возможной ошибки причинно-следственной связи? 2. Апробация механизма и методик проведена преимущественно на примере Кировской области (рис. 12, стр. 22). Насколько разработанные инструменты универсальны и применимы для регионов с принципиально иной структурой экономики (депрессивные регионы или столичные регионы)? В автореферате заявлена универсальность, но требует пояснения механизм адаптации предложенной модели к разнотипным регионам;

отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры региональной экономики ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет» Хмелевой Галины Анатольевны – положительный, имеются замечания: 1. В первом защищаемом положении (с. 9-10) центральным связующим звеном между подсистемами социально-экономического развития региона названы репутационные факторы, формирующие его узнаваемость. Однако остается не до конца ясным, как именно доминирующее влияние репутационных факторов соотносится с влиянием традиционных, материальных факторов развития (природные ресурсы, инфраструктура) в рамках предложенной комплексной модели. Требуется уточнение их соподчиненности и взаимного веса. 2. На стр. 16 представлена система показателей оценки *качества* репутационных факторов (W_1 - W_4), включающая, среди прочего, «Ценность для стейкхолдеров» (W_3) и «Институциональное обеспечение» (W_4). Требуется объяснение

методического принципа, позволившего автору объединить в одной системе оценки столь разнородные категории — субъективную ценность и объективные институциональные условия — и агрегировать их в единый интегральный показатель;

отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры экономического анализа и статистики Пермского института (филиала) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» Обороина Матвея Сергеевича – положительный, имеются замечания: 1. В описании механизма обеспечения социально-экономического развития на основе репутационных факторов (рис. 9, 10) можно было бы более детально раскрыть вопросы ресурсного обеспечения, в частности конкретные инструменты финансирования и оценки бюджетной эффективности предлагаемых мер. 2. При наличии 14 публикаций по теме, в том числе 8 в изданиях из Перечня ВАК, для усиления международной узнаваемости исследования желательны публикации в ведущих зарубежных журналах, индексируемых в Scopus или Web of Science;

отзыв кандидата экономических наук, доцента, доцента 75 кафедры ВУНЦ ВВС «ВВА им. профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина» (г. Воронеж) Чернышевой Галины Николаевны – положительный, имеются замечания: 1. Из текста автореферата не совсем понятно, что в конечном итоге понимается под «репутационным фактором», в чем заключается отличие «территориального бренда» от инвестиционной привлекательности региона и «репутации территории». Если «территориальный бренд» формируется в зависимости от факторов «репутации территории», то есть, является комплексной характеристикой то, как он может выступать составляющей репутационных факторов? В определении «территориальный бренд» автор отражает уникальные характеристики территории. В этом случае целесообразно брендовые характеристики было бы добавить природно-климатические условия, национальные особенности населения, включая наличие или отсутствие криминальной среды и т.п. 2. Кроме того, автором не учитываются такие репутационные факторы, которые существенно влияют на уровень социально-экономического развития региона, как руководящий состав региона, его инициативность, взаимодействие с стейкхолдерами и т.п. 3. Из текста автореферата также не совсем ясно, какие параметры заложены в оценку стоимости региональных брендов. 4. Также, на взгляд рецензента, в автореферате целесообразно было бы представить рассматриваемые автором модели территориальных брендов;

отзыв доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры моделирования и системного анализа факультета информационных технологий и анализа больших данных ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Щепетовой Светланы Евгеньевны – положительный, имеются замечания: 1. Механизм обеспечения социально-экономического развития региона на основе репутационных факторов и формирования территориального бренда, представленный на рисунке 9 автореферата, представлен достаточно в обобщенном виде, из которого трудно уловить роли ключевых стейкхолдеров в его функционировании и их взаимодействие. Требуется пояснить. 2. На стр. 14 представлен анализ фактического прироста показателей социально-экономического развития регионов Приволжского федерального округа за один год и пять лет после внедрения репутационных инициатив. Просим уточнить, каким именно образом были рассчитаны средние темпы прироста. 3. На стр. 15 в Таблице 2 представлены результаты корреляционно-регрессионного анализа, где в качестве факторных признаков (х) выступают, среди прочего, «количество брендов» по различным функциональным сферами. Необходимо уточнить источник и критерии формирования представленной базы территориальных брендов. На основании какого реестра или методологии идентифицировались и учитывались бренды по сферам «туризм», «культура», «бизнес» и другим для каждого региона Приволжского федерального округа?

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается их признанными научными работами и достижениями в области региональной и отраслевой экономики, включая сферу исследования диссертационной работы. Оппоненты обладают значительным опытом в изучении социально-экономической дифференциации, структурных изменений в экономике регионов, а также в разработке методологических подходов к оценке территориального развития. Их публикации и исследования подтверждают высокий уровень компетенции в данной области, что позволяет им объективно оценить научную новизну и практическую значимость диссертационной работы.

Оппоненты не проводили совместные научные исследования, не имеют совместных трудов с соискателем и его научным руководителем, являются сотрудниками разных организаций.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

обоснована роль репутационных факторов, прежде всего территориального бренда, в обеспечении социально-экономического развития региона (с. 27-39). Это позволило расширить теоретические представления о факторах регионального роста за счет включения репутационных факторов в модель регионального экономического развития и доказать наличие статистически значимой взаимосвязи между их качеством и ключевыми показателями развития региона;

предложена структурно-логическая схема территориального бренда, интегрирующая взаимосвязанные функциональные сферы (туризм, материальное производство, демография, бизнес, культура, политика) и этапы его формирования – от создания комплексного бренда до оценки влияния на развитие региона, что позволяет систематизировать теоретические подходы к управлению репутационными факторами в контексте сбалансированного регионального развития (с. 50-53);

разработан и апробирован методический инструментарий оценки влияния и уровня качества репутационных факторов на социально-экономическое развитие регионов, включающий: оценку влияния на основе ретроспективного анализа реализации репутационных инициатив; корреляционно-регрессионный анализ взаимосвязи параметров репутационных факторов и показателей развития; предложенную автором систему показателей и методический подход к оценке уровня качества репутационных факторов по четырем аспектам (потенциал и сформированность, конкурентные преимущества, ценность для стейкхолдеров, институциональная поддержка) (с. 73-83, с. 89-97);

разработан механизм обеспечения социально-экономического развития региона на основе репутационных факторов, направленный на преодоление фрагментарности управления репутационными факторами и консолидацию усилий ключевых стейкхолдеров (власти, бизнеса, науки, общества), а также методический подход к активизации репутационных факторов через интеграцию ресурсов, возможностей и нематериальных активов предпринимательских структур с использованием комплекса организационных и экономических инструментов (с. 100-114, с. 115-125).

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

дополнены теоретические положения региональной экономики в части дифференциации сущностных характеристик и основных составляющих базовых понятий, связанных с социально-экономическим развитием регионов, посредством обоснования необходимости комплексного подхода к обеспечению данного процесса, интегрирующего репутационные факторы как стратегический ресурс наряду с традиционными факторами развития (с. 18-21);

обоснована и доказана взаимосвязь репутационных факторов, в первую очередь территориального бренда, с ключевыми показателями социально-экономического развития региона (ВРП, среднедушевые денежные доходы населения, численность постоянного населения и рабочей силы, объем инновационных товаров, работ, услуг), что позволило расширить научные представления о механизмах обеспечения сбалансированного регионального развития, доказав эмпирически, что управление

репутацией является не имиджевой, а полноценной экономической функцией, способной влиять на материальные результаты (с. 35, с. 96);

разработана структурно-логическая схема территориального бренда, систематизирующая разрозненные теоретические представления о процессе брендинга территории в единую управленческую модель, обеспечивающую взаимосвязь между этапами формирования бренда и достижением целевых показателей социально-экономического развития региона (с. 47-53);

выявлены ключевые проблемы и возможности обеспечения социально-экономического развития регионов за счет системного управления репутационными факторами, преодоления фрагментарности действий стейкхолдеров и отсутствия единой комплексной методики управления репутационным потенциалом территорий, что позволило сформировать целостное понимание институциональных барьеров и драйверов репутационного развития (с. 55-67);

предложен научно-методический инструментарий оценки репутационных факторов и уровня их влияния на социально-экономическое развитие регионов, включающий методику оценки влияния на основе корреляционно-регрессионного анализа и методический подход к оценке уровня качества репутационных факторов по четырем аспектам (потенциал и сформированность, конкурентные преимущества, ценность для стейкхолдеров, институциональное обеспечение) с использованием системы взвешенных показателей и пороговых значений (с. 78-83, с. 89-97);

разработан и теоретически обоснован механизм обеспечения социально-экономического развития региона на основе репутационных факторов, предусматривающий координацию усилий власти, бизнеса, науки и общества, а также методический подход к активизации репутационных факторов через интеграцию ресурсов, возможностей и нематериальных активов предпринимательских структур с использованием комплекса организационных и экономических инструментов (с. 100-114, с. 115-125).

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что

разработан и апробирован методический подход к оценке уровня качества репутационных факторов социально-экономического развития региона, что позволяет проводить диагностику текущего состояния репутационных факторов, выявлять «узкие места» и определять приоритетные направления стратегического развития (с. 89-97);

предложен механизм обеспечения социально-экономического развития региона на основе репутационных факторов и формирования территориального бренда,

отличающийся системным подходом к координации усилий ключевых стейкхолдеров (органов власти, бизнеса, научного сообщества, местных жителей), интеграцией инфраструктурных, финансовых и правовых инструментов, а также направленностью на преодоление фрагментарности управления и ресурсных ограничений, что создает готовую управленческую модель для внедрения в деятельность региональных органов власти (с. 100-114, с. 115-125);

обоснован и апробирован на примере Кировской области методический подход к активизации репутационных факторов через интеграцию ресурсов, возможностей и нематериальных активов предпринимательских структур, сочетающий организационные (создание координирующих институтов, развитие кадрового потенциала, формирование коммуникационных платформ) и экономические (налоговые режимы, субсидии, льготное кредитование, механизмы государственно-частного партнерства) инструменты, что обеспечивает синергетический эффект на микро-, мезо- и макроуровнях (с. 115-133);

представлены практические рекомендации по формированию и реализации территориального бренда как ключевого репутационного фактора, включающие структурно-логическую схему процесса обеспечения социально-экономического развития региона (с. 47-53), а также обоснование целесообразности создания брендов, охватывающих все выделенные функциональные сферы (с. 70-72, с. 84-86, с. 96-99).

Реализация полученных результатов подтверждается внедрением разработок в деятельность Кировского областного государственного автономного учреждения «Центр развития туризма Кировской области», одобрением Министерства экономического развития Кировской области, использованием материалов диссертации в учебном процессе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Вятский государственный университет» и Федерального казенного образовательного учреждения высшего образования «Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний», а также применением методических разработок при выполнении научно-исследовательских работ по заказу органов государственной власти (в частности, при актуализации Стратегии социально-экономического развития г. Лангепас и разработке Стратегии Старооскольского городского округа).

Оценка достоверности результатов исследования выявила, что

теория исследования построена на фундаментальных положениях современной теории региональной экономики, теории репутационной экономики и теории эндогенного роста, а также на анализе значительного массива научных трудов отечественных и зарубежных авторов, посвященных вопросам социально-экономического развития

регионов, территориального брендинга и управления репутационными факторами. Теоретические положения и методические разработки диссертации согласуются с известными научными концепциями и не противоречат им;

исследование опирается на широкую и репрезентативную информационно-статистическую базу, включающую официальные данные Федеральной службы государственной статистики, нормативно-правовые документы федерального и регионального уровня, материалы научных публикаций и результаты собственных изысканий автора. Применение системного подхода к анализу взаимосвязи репутационных факторов и социально-экономического развития обеспечило комплексность исследования;

достоверность полученных результатов подтверждается использованием апробированного научным сообществом комплекса общенаучных и специальных методов, в том числе контент-анализа, методов статистического анализа, экономико-математического моделирования, корреляционно-регрессионного анализа, метода анализа иерархий, метода стратегического планирования. Корректность примененных методов и корреляционно-регрессионных моделей подтверждается статистически значимыми оценками, представленными в диссертации;

разработанный методический аппарат, включая инструментарий оценки уровня качества репутационных факторов и механизм обеспечения развития региона, прошел практическую апробацию. Результаты исследования одобрены органами государственной власти Кировской области и используются в учебном процессе вузов, что подтверждается соответствующими справками о внедрении и свидетельствует о надежности и обоснованности полученных выводов;

сформулированные в диссертации положения, выводы и рекомендации логически следуют из целей и задач исследования, базируются на проведенном анализе и интерпретации данных, что обеспечивает внутреннюю непротиворечивость и достоверность работы в целом.

Личный вклад соискателя заключается в участии на всех этапах научного процесса от постановки задач до их практической реализации, разработке теоретических основ по теме исследования, сборе исходных данных, разработке и апробации методического аппарата, проведении расчетов, интерпретации полученных данных, формулировании выводов и рекомендаций, а также в подготовке научных публикаций по результатам проведенного исследования и их представления на научных конференциях различного уровня.

Все материалы или отдельные результаты, заимствованные и использованные Лесных Н.Ю. из чужих текстов (работ), а также собственных публикаций, оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием ссылок и источников заимствования. Недобросовестные заимствования и некорректные самоцитирования отсутствуют.

Диссертационным советом в ходе защиты были высказаны критические замечания:

1. Необходимо более детально рассмотреть вопрос взаимосвязи «региональных брендов» и «территориального бренда».

2. В работе рассчитан прирост валового регионального продукта на 5 лет, стоит рассмотреть горизонт планирования на период, до которого будет происходить влияние изменения ребрендинга на ВРП.

Диссертационный совет отмечает, что высказанные замечания не оказывают существенного влияния на основные результаты исследования, обладающие научной новизной и полученные соискателем лично. Соискатель Лесных Н.Ю. аргументировано ответила на задаваемые ей в ходе заседания вопросы членов диссертационного совета.

На заседании 04 марта 2026 года диссертационный совет принял решение за новые научно-обоснованные теоретико-методические положения и практические рекомендации в области обеспечения социально-экономического развития регионов на основе формирования репутационных факторов, имеющие существенное значение для региональной экономики, присудить Лесных Надежде Юрьевне ученую степень кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (региональная экономика).

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 13 человек, из них 12 докторов наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (региональная экономика), участвовавших в заседании, из 16 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – 13, против – 0, недействительных бюллетеней – 0.

Председатель
диссертационного совета



Бондарев Николай Сергеевич

Ученый секретарь
диссертационного совета

Карпова Ольга Сергеевна

«04» марта 2026 г.