

## **ОТЗЫВ**

### **на диссертацию Антонова Владимира Николаевича на тему «Развитие маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)**

Современная экономика характеризуется высокой динамичностью, нестабильностью и кризисными явлениями, требуя от территорий разработки новых стратегий позиционирования, инвестиционной привлекательности и устойчивого развития через инструменты маркетинга. В условиях децентрализации и глобальной конкуренции регионы и города вынуждены бороться за привлечение инвесторов, в связи с этим эффективный маркетинг территорий становится инструментом повышения их конкурентоспособности. Традиционные экономические механизмы управления территориями недостаточно эффективны без маркетингового подхода, который учитывает потребности населения, инвесторов и других заинтересованных сторон, поэтому тема диссертационной работы, связанная с развитием маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях, является актуальной и своевременной.

В период работы над диссертацией Антонов Владимир Николаевич проявил себя как квалифицированный исследователь, умеющий ставить и решать сложные научно-практические задачи, продемонстрировал высокий уровень теоретических знаний и практических навыков в области развития маркетинга территорий, показал владение сложным методологическим аппаратом исследования проблематики работы.

Диссертация Антонова В.Н. является самостоятельно выполненной научно-квалификационной работой, в которой изложен авторский подход к решению научной проблемы по разработке концептуальных основ и стратегий развития маркетинга территорий в условиях изменяющейся рыночной среды.

Научной новизной отличаются такие разработки автора, как концептуальная модель системы маркетинга территорий, парадигма маркетинга территорий на основе изменяющихся рыночных детерминант, теоретические положения маркетинга импортозамещения, факторы-

потенциалы развития экологического маркетинга, модульная схема организации применения информационно-коммуникационных технологий развития маркетинга территорий в условиях цифровой трансформации, авторская методика, оценивающая качество программно-целевого управления маркетингом территорий на основе импортозамещения, концепция и стратегическая модель развития маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях.

Практическая значимость полученных результатов заключается в разработке и внедрении практических рекомендаций и инструментов, используемых для улучшения маркетинга территорий в условиях изменяющихся рыночных условий, в повышении их конкурентоспособности, улучшении имиджа и устойчивого социально-экономического развития.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в рамках выполнения 2-х госбюджетных тем: Г-2020-9 «Форсайт-исследования сферы товаров и услуг» и Г-2023-9 «Маркетинг на рынках товаров и услуг».

Рекомендации, предложенные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в деятельность: Министерства агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики, ЧАО «Диановская птицефабрика», ООО «ЛИНК ИНЖИНИРИНГ». Отдельные теоретико-методические результаты исследования используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании учебных дисциплин: «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Экологический маркетинг», «Агромаркетинг».

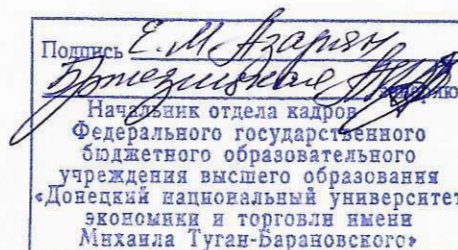
Основные положения диссертационной работы опубликованы в 45-ти научных работах, среди которых 5 монографий (1 личная и 4 коллективных), 22 статьи в рецензируемых научных изданиях. Общий объем публикаций составляет 46,18 печ. л., в т.ч. 44,49 авт. печ. л. принадлежит лично автору

Оценивая в целом работу, представляется, что избранная автором для исследования тема является актуальной и практически значимой, основные выводы, полученные в ходе работы, сформулированы диссертантом ясно и последовательно, они обоснованы и имеют необходимую аргументацию;

цель работы достигнута, задачи исследования, поставленные автором, в основном реализованы. Структура диссертации в целом построена логично, с учетом необходимости охвата важнейших проблем, определивших выбор темы исследования.

Диссертация Антонова Владимира Николаевича на тему «Развития маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях» является завершенным научным исследованием, соответствует требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор, заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Научный консультант,  
проректор по научной работе  
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»  
доктор экономических наук, профессор



*Е.М. Азарян* Е.М. Азарян

«12» марта 2025 г.