

Отзыв

на автореферат диссертационной работы 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)

В настоящее время социально-экономическое развитие территорий является ключевой проблемой макроэкономической политики большинства развитых государств. Экономический рост территорий является основой для повышения уровня и качества жизни граждан, создания прочной базы для устойчивого развития общества. Он также стимулирует экономический интерес к развитию наиболее перспективных и привлекательных для региона отраслей. Применение маркетингового подхода к данной проблеме позволяет сформировать уникальные, ценные и полезные характеристики региона. Он повышает привлекательность природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, сосредоточенных на территории, а также возможностей их реализации и воспроизводства. В связи с этим возрастает роль маркетинга территорий, который рассматривает регион как объект продвижения. Его цель — создание, развитие, выделение и эффективное продвижение конкурентных преимуществ территории в ее собственных интересах.

Рецензируемый автореферат диссертации Антонова В.Н. содержит достаточную информацию для подтверждения актуальности и новизны проведенного в нем исследования. В автореферате диссертации цель и задачи, предмет и объект научного исследования сформулированы четко, а изучение его содержания позволяет констатировать о выполнении заданий в полном объеме и достижении поставленной цели.

Изложенные в автореферате автором научные разработки, выводы и предложения являются достаточно обоснованными, логическими и достоверными, поскольку они базируются на фундаментальных положениях современной экономической теории и маркетинга.

Практическая значимость диссертационной работы заключается в том, что разработанные и предложенные научные идеи, концепции, теоретико-методологические и научно-практические подходы и рекомендации могут использоваться в управлении социально-экономическим развитием территорий на основе маркетингового подхода.

Научная новизна работы заключается в разработке и теоретическом обосновании концептуальных и методологических основ развития маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях, что позволило сформировать комплексный подход к управлению территориальным развитием с учетом современных социально-экономических вызовов в контексте маркетинга.

Научная новизна работы заключается в разработке концепции и методологии развития маркетинга территорий, адаптированных к современным

рыночным условиям. Это позволило создать комплексный подход к управлению развитием территорий, учитывающий актуальные социально-экономические вызовы с точки зрения маркетинга. К основным научным результатам, полученным соискателем, относятся: концептуальная модель системы маркетинга территорий, парадигма маркетинга территорий на основе изменяющихся рыночных детерминант, 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 развития маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях, стратегическая модель развития маркетинга территорий в системе социально-экономической политики государства.

Полученные результаты исследования в полной мере соответствуют Паспорту специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в части пунктов: 10.2. Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности; 10.15. Технологии маркетинга в интернет-среде; 10.19. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития и повышения инвестиционной привлекательности.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 45-ти научных работах, в том числе 5-ти монографиях, из которых одна авторская, 22 статьи в рецензируемых научных изданиях, 18-ти трудах апробационного характера в материалах научно-практических конференций различного уровня.

Рекомендации, предложенные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в деятельность: Министерства агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики (справка № 2145 от 28.08.2024 г.); ЧАО «Диановская птицефабрика» (справка № 63 от 13.03.2025 г.); ООО «ЛИНК ИНЖИНИРИНГ» (справка № 164.3/2 от 26.02.2025 г.). Отдельные результаты исследования используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (справка № 03.03/320 от 18.02.2025 г.).

Широкая база применения научных методов исследований, существенный перечень результатов внедрения научной работы, согласно автореферата, а также степень раскрытия сформулированных положений исследования в публикациях свидетельствуют о достоверности и значимости диссертации.

В качестве замечаний и дискуссионных моментов можно отметить следующие:

1. В представленной на рис. 2 автореферата (с. 12.) концептуальной модели системы маркетинга территорий автор вводит понятие «мегасреда». При этом состав и характеристики данного понятия в автореферате не раскрыты.

2. Автору следовало бы пояснить, что понимается под «маркетинговыми инструментами импортозамещения», о которых говорится на с. 15

автореферата.

3. На с. 29 автореферата автор пишет о необходимости финансирования мероприятий маркетинга территорий, указывая, что «... необходима разработка финансово-экономического обоснования маркетинговых мероприятий, демонстрирующего их потенциальную экономическую эффективность». Целесообразно было бы более подробно остановиться на данном аспекте, указать возможные источники финансирования, направления расходования денежных средств и ожидаемый эффект от их реализации.

Однако, отмеченные недостатки носят рекомендательный характер и не влияют на общую положительную оценку рецензируемой работы.

Таким образом, диссертация на тему «Развитие маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях» представляет собой завершённую научно-исследовательскую работу, по своему научному уровню, теоретической и практической значимости отвечает требованиям ВАК, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор Антонов Владимир Николаевич заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Кочура Илона Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством (по отраслям сферы деятельности,
в т.ч. экономика, организация и управление
предприятиями, отраслями, комплексами),
доцент, профессор кафедры управления
бизнесом и персоналом ФГБОУ ВО «Донецкий
национальный технический университет»

И.В. Кочура

«10» июня 2025 г.

Подпись И.В. Кочуры заверяю:



Контактные данные:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение «Донецкий национальный технический университет»

283001, Российская Федерация, ДНР, г. Донецк, ул. Артёма, 58

Тел.: +7 (856) 301-07-69

E-mail: kaf.ubp@mail.ru

kochurai@mail.ru

Сайт организации: [https:// donntu.ru/](https://donntu.ru/)