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)

Вопросы социально-экономического развития территорий в последнее десятилетие рассматриваются, с одной стороны, в ракурсе притягательности, престижа территории (места) в целом, а с другой, привлекательности сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей их реализации и воспроизводства. Актуальность изучения проблем маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях определяется логикой эволюции маркетинга. Это обусловлено популяризацией и активизацией данных разработок прикладных аспектов функционирования в условиях глобализационных процессов.

Диссертационная работа Антонова В.Н. представляет собой научный и практический интерес в понимании исследования вопросов маркетинга территорий как концептуальной основы, способствующей социально-экономическому развитию территорий и формированию благоприятного имиджа, что является необходимым и важным в современных условиях.

Как свидетельствует автореферат, в работе четко поставлены цель и задачи исследования. Структура работы последовательна и выдержана в соответствии с общецелевой позицией автора и основывается на логическом авторском изложении. Основные положения, рекомендации и выводы, содержащиеся в диссертации, представляются научно обоснованными и достоверными, что подтверждается глубоким анализом представительного объема информации при помощи различных методов.

Особая практическая ценность работы состоит в том, что, дополняя научные и практические результаты отечественных и зарубежных ученых, автор вносит

определенный вклад в дальнейшее развитие концепций маркетинга, выделяя маркетинг территорий как отдельную парадигму маркетинговой науки. Безусловным достижением автора является более глубокое исследование и обоснование теоретических и методологических подходов к изучению особенностей импортозамещения и в контексте развития маркетинга территорий и отдельных аспектов экологического маркетинга.

Заслуживает положительной оценки парадигма маркетинга территорий на основе изменяющихся рыночных детерминант (с. 14), которая в отличие от существующих содержит характеристику совокупности факторов, позволяющих учитывать сложность и динамичность современных рыночных условий на определенной территории.

Вызывает интерес предложенная авторская методика, оценивающая качество программно-целевого управления маркетингом территорий на основе импортозамещения, путем использования двух групп показателей, что позволяет получить взаимосвязи показателей, содействующих повышению эффективности управления импортозамещением при разработке конкретных государственных программ (с. 21-24).

Положительно следует отметить концепцию развития маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях, элементы которой направлены на достижение социального и экономического эффекта в рамках повышения имиджа территорий и конкурентоспособности экономики (с. 26).

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 45-ти научных работах, в том числе 5-ти монографиях, из которых одна авторская, 22 статьях в рецензируемых научных изданиях, 18-ти трудах апробационного характера.

Однако по работе имеются некоторые замечания. Так, на с. 16 автор указывает, что практическая значимость маркетинга импортозамещения «…доказывает механизмы повышения эффективности маркетинговых стратегий импортозамещения с доказательством их влияния на развитие территориального брендинга и укрепление экономического потенциала регионов в изменяющихся

рыночных условиях». Целесообразно в автореферате раскрыть указанные механизмы. Требуют уточнения представленные на рис. 4 векторы цифровой трансформации, поскольку указанные здесь деловые функции, бизнес-процессы, бизнес-модели, бизнес-экосистемы являются скорее объектами цифровой трансформации. Однако данные замечания носят скорее рекомендательный характер и не снижают положительного впечатления о работе.

Таким образом, как свидетельствует автореферат, диссертационная работа соответствует требованиям «Положения о присуждении учёных степеней», предъявляемым к докторским диссертациям, обладает научной новизной, теоретической и практической значимостью, является завершенным научным исследованием, а её автор Антонов Владимир Николаевич заслуживает присуждения учёной степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Коваленко Наталья Валерьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
(08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством (по отраслям сферы деятельности),
профессор, заведующий кафедрой
экономики и управления
ФГБОУ ВО «Донбасский государственный
технический университет» Н.В. Коваленко

«21» 05 2025 г.

Подпись Коваленко Н.В. удостоверяю
Ведущий специалист по кадрам О.И.Лемешко

Контактные данные:
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донбасский государственный технический университет»
294204, Луганская Народная Республика, г. Алчевск, пр. Ленина, 16
тел. +7 (85742) 2-60-43,
e-mail: info@dstu.education,