

Отзыв

на автореферат диссертации 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)

Обеспечение конкурентоспособности территорий становится приоритетной задачей на современном этапе развития организаций. Для формирования долгосрочной и устойчивой конкурентоспособности территории необходима разработка стратегии ее развития, обеспечивающей комплексный подход к анализу территории, учитывающей ее специфику, преимущества и недостатки, угрозы и возможности. Маркетинг территорий представляет собой актуальное на сегодняшний день направление, позволяющее провести детальный анализ региона и разработать эффективную программу его дальнейшего устойчивого развития.

Обращение автора к теме маркетинга территорий как направления социально-экономической политики, формирующей стратегическую идентификацию и последующее продвижение уникальных характеристик региона, обеспечивающих его конкурентоспособность и привлекательность, рассматривается как долгосрочная программа активизации процессов, обусловленная внутренним ресурсным потенциалом и индивидуальной привлекательностью, с учетом влияния факторов внешней и внутренней среды, способствующая непрерывному его развитию на основе создания системы взаимодействия между стейкхолдерами территории.

Объектом исследования выступают процессы развития маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях. Объект и предмет соответствуют содержанию работы. Цель, задачи, новизна и положения, выносимые на защиту взаимосвязаны между собой содержательно и концептуальны, соответствуют паспорту специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Приведенные в работе научные положения мотивированы ходом исследования и дают представление о его результатах, что подтверждает обоснованность результатов исследования. Достоверность представленных в работе выводов обеспечивается опорой на предшествующие работы классиков экономической теории, маркетинга и маркетинга территорий, фундаментальные и прикладные исследования отечественных и зарубежных ученых, которые составили методологическую базу исследования.

Теоретическое значение работы заключается в расширении и углублении научных знаний о маркетинге территорий и его роли в социально-экономическом развитии регионов в условиях изменяющихся рыночных условий, а также в систематизации и развитии теории маркетинга территорий,

расширении понимания маркетинга в контексте социальных, экономических, экологических и цифровых изменений.

Практическая ценность работы 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

Автором разработана концептуальная модель системы маркетинга территорий, включающая социальный и экономический блоки, систематизированные функции, дифференцированные субъекты и объекты, методы и инструменты, которая дополнена направлениями государственной социально-экономической политики через призму маркетинга территорий, что позволяет учитывать их влияние на процессы внутри системы и анализировать результаты их реализации, позволяя отслеживать эффективность функционирования системы маркетинга территорий.

Безусловной научной новизной обладают парадигма маркетинга территорий на основе изменяющихся рыночных детерминант, 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, путем использования двух групп показателей: частных (позиционирование территории; экономическое развитие территории в рамках реализации государственных целевых программ; состояние импортозамещения в отдельно взятом регионе) и обобщающих (матричный анализ, расчет интегрального риска для каждой группы частных показателей, корреляционный анализ для установления тесноты связи между частными показателями и построение корреляционных графов).

Как свидетельствует автореферат, диссертация является законченной научно-квалификационной работой на актуальную тему, выполненной автором самостоятельно на высоком научном уровне, в которой получены новые научно обоснованные результаты, имеющие теоретическую и практическую значимость для обеспечения развития территорий. Основные положения работы широко апробированы в публикациях и докладах автора, представленных на различных конференциях по экономическим наукам, в том числе за рубежом.

Работа характеризуется логической последовательностью изложения материала, соответствует поставленным задачам, имеет внутреннее единство. Основные положения диссертации, вынесенные на защиту, содержат элементы научной новизны.

Отмечая целостность и завершенность диссертации, следует отметить, что в работе имеются отдельные положения дискуссионного характера:

1. Автором на с. 17-18 приведены факторы-потенциалы, оказывающие значительное влияние на развитие экологического маркетинга в контексте маркетинга территорий. При этом видно, что эти факторы оказывают

