

## **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)**

В развитии маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях доминирует научный подход, основой которого является утверждение о том, что маркетинг территорий выступает как инструмент социально-экономической политики, реализация которого осуществляется с использованием адаптивных инструментов управления, инновационных маркетинговых технологий и маркетинговых каналов продвижения.

Разработка концепции развития маркетинга территорий на этапе интеграции новых территорий в экономическое пространство Российской Федерации, обоснование ее значения на основе существующих научно-методологических подходов является целью научного исследования, что особенно актуально для Российской Федерации, Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей в изменяющихся рыночных условиях.

Цель исследования состоит в формировании теоретико-методологических положений и разработке практических рекомендаций по развитию маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях.

Автореферат диссертации свидетельствует о полученных автором результатах, обладающих научной новизной и практической значимостью. Диссертационная работа посвящена комплексному исследованию маркетинга территорий как многогранной и динамичной системы, адаптирующейся к современным вызовам и изменяющимся рыночным условиям.

Научная новизна диссертации 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.

Результаты проведенных исследований позволили автору сформировать теоретические положения и практические рекомендации, направленные на развитие маркетинга территорий в условиях изменяющихся рыночных условий, повышение их конкурентоспособности, улучшение имиджа и устойчивое социально-экономическое развитие.

Таким образом, диссертация вносит вклад как в теоретическое понимание эволюции маркетинга территорий, так и в практическую разработку и обоснование использования маркетинговых технологий и инструментов маркетинга в развитии территорий, социально-экономическом развитии регионов.

Несомненный интерес вызывает сформированная концепция развития маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях, элементы которой направлены на достижение социального и экономического эффекта в рамках повышения имиджа территорий и конкурентоспособности экономики, которая отличается фундаментом в виде многоуровневой модели креативного мышления и современными методологическими подходами к разработке ее структуры и обосновании ключевых элементов, результатом реализации которой являются эффективное управленческое воздействие субъектов маркетинга.

Вместе с тем в автореферате имеют место определенные замечания, на которые стоит обратить внимание:

1. В автореферате на рис. 1 «Направления государственной социально-экономической политики через призму маркетинга территорий» целесообразно было бы дополнить блок «Угрозы экономической безопасности государства» таким направлением как экологические вызовы в развитии маркетинга территорий (стр. 11).

2. На стр. 17 автореферата в таблице 1 «Факторы-потенциалы, которые оказывают значительное влияние на развитие экологического маркетинга» целесообразно было бы указать практическую ценность ключевых элементов фактора-потенциала в развитии маркетинга территорий.

Вышеизложенные замечания носят рекомендательный характер и не снижают теоретической и практической значимости проведенного исследования.

Работа характеризуется внутренней логической структурой и последовательным раскрытием исследуемой проблематики. Автор демонстрирует не только глубокое понимание предмета исследования, но и профессиональное владение современным инструментарием научного анализа, применяя его с методологической корректностью. Достоверность представленных результатов обосновывается комплексом аргументов, эмпирических данных и иллюстративных примеров. Работа отличается чёткой структурой, способствующей последовательному и аргументированному изложению материала.

Таким образом, содержание автореферата свидетельствует, что диссертационная работа Антонова Владимира Николаевича на тему: «Развитие маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях», соответствует требованиям, предъявляемым ВАК к докторским диссертациям, а ее автор – заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

*Согласен на включение моих персональных данных в аттестационное дело и их дальнейшую обработку.*

Доктор экономических наук, профессор,  
заведующий кафедрой сервисных  
технологий и бизнес-процессов  
ФГБОУ ВО «Российский государственный  
университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»



Б.А. Тхорилов

09 июня 2025 г.

Контактная информация:

Тхорилов Борис Александрович.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)».

119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, д.1, каб. 1335.

Тел.: 8 (495) 811-01-01 доб. 1043.

e-mail: tkhorikov-ba@rguk.ru.

Веб-сайт: <https://rguk.ru>.



Подпись руки Тхорилова Б.А.

Специалист по кадрам

*Е.Н. Гунявский*