

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)

Автореферат диссертационной работы Антонова Владимира Николаевича представляет собой серьезное научное исследование, посвященное актуальной и своевременной теме развития маркетинга территорий в условиях трансформации рыночной среды, цифровизации, экологических вызовов и импортозамещения.

Актуальность темы не вызывает сомнений. В современных условиях децентрализации, усиливающейся конкуренции между регионами, цифровой трансформации и ограничений внешнеэкономического характера, вопросы формирования привлекательного имиджа территорий, повышения их инвестиционной и туристической привлекательности приобретают особую значимость. Автор убедительно показывает, что маркетинг территорий становится неотъемлемым элементом государственной социально-экономической политики.

Структура и логика автореферата четко выстроены, изложение отличается научной последовательностью и аргументированностью. Обоснованы цели, задачи и гипотеза исследования. Достоверность и обоснованность выводов обеспечены использованием широкого спектра методов, включая моделирование, стратегический и сравнительный анализ, методы оценки рисков и корреляционного анализа.

Научная новизна диссертационной 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. Среди положений научной новизны особо следует отметить концептуальную модель маркетинга территорий, включающей социальный и экономический блоки (с. 12), парадигму маркетинга территорий на основе изменяющихся рыночных детерминант (с. 13-14), концепция развития маркетинга территорий в изменяющихся

рыночных условиях (с. 26), стратегическую модель развития маркетинга территорий в системе социально-экономической политики государства (с. 29). Заслуживает внимания идея маркетинга импортозамещения как эффективного механизма адаптации к геоэкономическим изменениям (с. 15), а также совокупность факторов-потенциалов, которые оказывают значительное влияние на развитие экологического маркетинга (с. 17-18).

Теоретическая значимость работы состоит в углублении научных представлений о территориальном маркетинге как системной категории, интегрирующей различные аспекты социально-экономического развития, в том числе экологические, технологические и институциональные. Практическая ценность подтверждена внедрением разработок автора в деятельность органов государственной власти и бизнеса, а также в образовательный процесс.

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.

Отмечая комплексность и завершенность диссертационной работы, новизну и значимость представленных научных положений и выводов, следует отметить отдельные замечания и рекомендации автору:

1. Следовало в тексте автореферата раскрыть особенности административно-институционального, финансово-инвестиционного, информационно-организационного и инфраструктурно-ресурсного механизмов в составе направлений государственной социально-экономической политики через призму маркетинга территорий (с. 11).

2. Целесообразно пояснение, чем обусловлен выбор частных показателей, характеризующих территориальное импортозамещение, в представленной методике оценки качества программно-целевого управления маркетингом территорий на основе импортозамещения (с. 21), поскольку не понятно, почему используются только показатели для характеристики рынка продуктов питания, тогда как политика импортозамещения актуальна также для ИТ-отрасли, машиностроения, электроники и фармацевтики.

Вместе с тем, указанные замечания не снижают качественного уровня рецензируемой работы.

В целом, автореферат свидетельствует о высокой научной и практической значимости выполненного исследования. Диссертационная работа на тему: «Развитие маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях» представляет собой самостоятельное, завершённое научное исследование, выполненное на высоком уровне, соответствует требованиям ВАК РФ, предъявляемым к докторским диссертациям, а её автор, Антонов Владимир Николаевич, заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Зенченко Светлана Вячеславовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных

Доктор экономических наук (08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, 08.00.10 - Финансы, денежное обращение и кредит), профессор, профессор кафедры финансов и кредита федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет»

 С.В. Зенченко

«15» июня 2025 г.

Контактные данные:
355017, г. Ставрополь, ул. Пушкина, 1
тел. (8652) 95-68-08
e-mail: info@ncfu.ru
сайт организации: <https://ncfu.ru/>



ПОДПИСЬ УДОСТОВЕРЯЮ:
начальник отдела по
работе с сотрудниками УКА

 А.С. ГОРБАНЕВ