

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Антошина Станислава Викторовича на тему:  
«Маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов в условиях трансформации экономики» на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

В современном мире, когда инновации стали неотъемлемым элементом всех структур, а цифровая экономика меняет принципы и инструментарий маркетинга, на первый план выходят инструменты, которые принципиально меняют условия нахождения на рынке и формируют рост новых продуктов и бизнеса. Эффективность и устойчивость развития социально-экономических систем во многом определяются их способностью адаптироваться к объективно изменяющимся условиям среды функционирования. Поэтому поиск новых инструментов обеспечения конкурентоспособности предприятий в современных условиях внешней среды, в частности эффективного маркетингового поведения, является актуальным, что обусловило научную значимость диссертации.

Из автореферата видно, что при выполнении научного исследования использовались общенаучные и специализированные методы, а именно индукции и дедукции, анализа и синтеза, способ сравнения, способ группировки, обобщения и систематизации информации; контент-анализа, анкетирования, сегментации, аналитический метод, системного и причинно-следственного анализа, моделирование, матричный метод, метод экспертных суждений с применением математического аппарата. Отдельные выводы и предложения являются достаточно аргументированными и имеют научное и практическое значение.

К наиболее существенным результатам диссертационного исследования, на наш взгляд, относятся следующие положения. Во-первых, обоснование авторской позиции и проведение мониторинга состояния и тенденций развития деятельности дистрибутивных компаний; исследования маркетинговой среды дистрибутивных компаний; разработка научно-методического подхода к оценке эффективности применения маркетинговых инструментов в деятельности дистрибутивных компаний в условиях трансформации экономики. Во-вторых, автором разработан механизм активизации конкурентоспособности дистрибутивных компаний; рассмотрены маркетинговые активы как фактор конкурентного преимущества дистрибутивных компаний.

Следует так же отметить высокий уровень и большое количество опубликованных по теме диссертации работ.

Между тем хотелось бы отметить:

- на стр. 12 автором сделано умозаключение о том, что «дистрибутор №3 .... не полностью использует элементы цифрового маркетинга», что не вызывает сомнений, однако следовало бы более подробно объяснить полученные результаты;

- из текста автореферата недостаточно ясны предпосылки и критерии выбора маркетинговых активов в таблице на стр. 15, которая содержит

информацию о конкурентных преимуществах для дистрибутивных компаний на основе маркетинговых активов.

Тем не менее, исходя из автореферата, диссертационная работа выполнена на достаточно высоком уровне, имеет научное и практическое значение и соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук в рамках «Положения о присуждении ученых степеней», а её автор Антошин Станислав Викторович заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

*Я, Ахмедов Ахмед Эдуардович, согласен на автоматизированную обработку персональных данных*

08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством  
кандидат экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой экономики  
АНОО ВО «Воронежский экономико-  
правовой институт»

05.05.2024 г.



А.Э. Ахмедов

Российская Федерация, Воронеж,  
Ленинский пр-кт, 119-а  
АНОО ВО «ВЭПИ»  
Телефон +7-906-670-97-99  
E-mail: ahmed-ahmedow@mail.ru

в 2 экземплярах

*Подпись Ахмедова А.Э. завершено*  
*Директор АНОО ВО*  *С.А. Чолки*

