

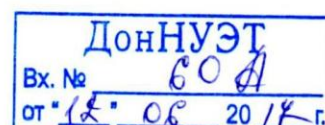
## **ОТЗЫВ**

**официального оппонента на диссертационную работу  
Антонца Виктории Григорьевны на тему  
«Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма»,  
представленную на соискание ученой степени кандидата экономических  
наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным  
хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)**

### **Актуальность выбранной темы**

Промышленный туризм имеет серьезный потенциал для развития в Донецкой Народной Республике. Это связано с наличием большого числа промышленных предприятий, которые представляют интерес для туристов. Промышленный туризм имеет экономическое значение, в том числе опосредованное. Если экономическая выгода для туристских организаций, собственно, не нуждается в отдельном изучении, то следует рассматривать значение промышленного туризма с точки зрения производственных организаций, которые открывают свои предприятия для туристов. Ничто не может произвести на потребителя более сильного впечатления, как вид высокотехнологичного производства. Организация всевозможных экскурсий принесет пользу и выгоду не только самому промышленному предприятию, но и туристскому, так как благодаря его квалифицированной работе будут осуществляться экскурсии с участием специалистов-экскурсоводов. В целом это поднимет имидж и того административного центра и района, в котором находятся предприятия. Это свидетельствует о необходимости разработки стратегических маркетинговых направлений развития промышленного туризма.

Таким образом, можно утверждать, что выбор в качестве объекта исследования, процесса формирования и развития маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, целесообразен на данном этапе становления Донецкой Народной Республики. Все это дает основание утверждать, что тема диссертационной работы Антонца В.Г., посвященная развитию теоретических и научно-методических подходов организации маркетинговой стратегии развития



промышленного туризма, является актуальной и имеющей большое практическое значение.

### **Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций**

В диссертационной работе четко сформулирована цель исследования, которая заключается в теоретическом аргументировании, разработке методических положений и научно-практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в условиях индустриальных регионов. Указанная цель конкретизирована автором путем постановки ряда задач, решение которых предопределило научную новизну диссертационной работы.

Научная работа характеризуется наличием результатов детального изучения теоретических разработок российских, украинских и зарубежных научных исследований, в том числе развития туризма на промышленных территориях и социально-экономических аспектов управления промышленным туризмом, формирования маркетинговой стратегии развития и управления различными формами деятельности хозяйствующих субъектов, в том числе и туристической. Работе присуща направленность на решение актуальных вопросов, связанных с формированием маркетинговой стратегии развития промышленного туризма с учетом особенностей туристического потенциала Донецкой Народной Республики на основе принципов комплексности и системности.

Об обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций свидетельствует использование обширного методологического базиса, который охватывает общенаучные методы, комплексный и системный подходы, статистического, маркетингового, финансового, факторного анализа, программно-целевой и графический методы, что повышает достоверность полученных результатов.

Теоретические и методические результаты исследования внедрены в деятельность отдела физической культуры и туризма Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики, Управления молодежи, туризма и международных связей администрации г. Донецка, ООО ПКФ «ОНИКС» (ТМ «Лучиано»), в учебно-методическую работу ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин: «Организация предпринимательской деятельности в туризме», «Менеджмент в туризме», «Маркетинг в туризме», «Имиджелогия и PR в туризме».

Основные научные положения и практические результаты диссертации были представлены автором и получили одобрение на 13 научно-практических конференциях, при этом необходимо учесть обширную географию участия, такие города, как: Кельце (Польша), Донецк, Санкт-Петербург, Иваново, Севастополь, Краснодар, Орел, Святогорск, Кривой Рог, Одесса. Результаты исследования нашли отражение в 25 научных трудах общим объемом 32,02 п.л., из которых лично автору принадлежит 7,8 п.л. В опубликованных работах соискателя полно отражена сущность полученных результатов выполненного исследования и их научная новизна.

Материалы диссертации изложены в логической последовательности, содержат упорядоченные теоретические, методологические и методические подходы к обоснованию научных и практических выводов, подтверждаются наличием и использованием широкого массива информационных данных.

### **Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций.**

Представленные автором в диссертации научные положения, теоретические и практические выводы и рекомендации обоснованы и достоверны. Результаты исследования имеют научную значимость, которая заключается в совершенствовании механизма реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма.

Следует подчеркнуть системность работы, о чем свидетельствуют логика и последовательность изложения материала диссертации. Четко прослеживаются авторская мысль и логическая завершенность работы.

В результате изучения научных работ, посвященных исследованию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, сформулированы определения таких понятий: «маркетинговая стратегия» (с. 18), «промышленный туризм» (с. 26), «маркетинговая стратегия развития промышленного туризма в регионе» (с. 26), «туристический бренд промышленного региона» (с. 45), которые вынесены как научная новизна.

Анализ основных преимуществ развития промышленного туризма в условиях маркетинговой ориентации привел к необходимости их распределения на материальные и нематериальные выгоды отдельно для региона, туристов и промышленных предприятий (с. 28). Исследование промышленного туризма в сравнении с другими видами туризма позволило выделить основные его маркетинговые направления, обусловленные разницей в мотивации людей к путешествиям (с. 32).

Системное изучение проблемных вопросов позволило усовершенствовать организационно-методический подход к определению маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, который в отличие от существующих, основывается на использовании аналитико-экспертных методов, что позволяет учесть интересы таких сегментов целевого рынка промышленного туризма, как регион, туристы, промышленные и туристические предприятия (с.56).

Сформулированный концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма (стр.62) позволяет определить единый, общий замысел стратегии развития промышленного туризма на трех уровнях (макро-, мезо- и микро-) путем сегментирования рынка, позиционирования региона как дестинации промышленного туризма и реализации комплекса маркетинга, а также учесть стратегические цели взаимодействия, принципы развития промышленного туризма в регионе и инструменты их реализации.

В рамках анализа современного состояния и стратегических основ развития промышленного туризма проведено маркетингово-социологическое исследование с целью выявления спроса на туристические продукты промышленного туризма и перспективности его развития в нашем регионе. Поскольку лидирующую позицию по привлекательности занимают производства пищевой промышленности, были определены особенности организации экскурсий на такие предприятия (рисунок 2.10).

Автором усовершенствован научно-методический подход к оценке инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма, который дополнен расчетом интегрального индекса инвестиционной привлекательности, и основывается на обосновании целей, задач, принципов, методов оценки, уровней диагностики и определении системы расчетных показателей (рисунок 2.13).

Обоснование целесообразности внедрения промышленного туризма на предприятиях Донецкого региона (п.2.3), привело к необходимости расчета индексов привлекательности развития промышленного туризма на макро-, мезо- и микроуровнях, а также позволило обосновать высокие значения показателя инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма.

Автором разработан модифицированный механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма (п.3.1.), в котором учтены такие звенья развития промышленного туризма, как организационно-экономические, методико-методологические, нормативно-правовые и информационные. Представлено авторское видение, что для стимулирования развития промышленного туризма и объектов инфраструктуры промышленного туризма в Донецкой Народной Республике необходимо осуществлять конкретные мероприятия на общегосударственном, региональном и местном уровнях.

Путем использования инструментов механизма реализации маркетинговой стратегии, разработана организационная система формирования

бренда региона как дестинации промышленного туризма (рисунок 3.5), которая основывается на проведенном SWOT-анализе привлекательности Донецкого региона, и предусматривает составление рекламных маршрутов по промышленным объектам ДНР в рамках реализации маркетингового плана продвижения бренда.

Критический анализ инвестиционной привлекательности объектов промышленного туризма, позволил автору разработать проект Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе (таблица 3.3), определить его стратегические цели, основные задачи и ожидаемые результаты выполнения.

Усовершенствованный диссертантом методический подход к оценке мультипликативного влияния реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма на социально-экономическое положение региона (с. 159-165), позволил обосновать, что данный мультипликативный эффект можно оценить с позиции доходов, аккумулированных предприятиями промышленной, туристической индустрии и смежных сфер экономической деятельности. Это позволяет в полном объеме определить пользу для индустриального региона от развития промышленного туризма.

### **Замечания**

Вместе с тем, диссертация содержит отдельные положения, с которыми сложно согласиться, либо являющиеся дискуссионными или требующими дополнительного обоснования и разъяснения. Поэтому есть замечания, которые в своем большинстве носят характер предложений и рекомендаций.

1. При формировании концептуального подхода к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма следовало конкретизировать, что относится к методам, а что к инструментам механизма обеспечения реализации маркетинговой стратегии.

2. Практическую значимость в диссертационной работе имеет проведенный автором опрос потенциальных потребителей промышленного

туристического продукта с целью выявления спроса и перспективности его развития в Донецком регионе, однако после проведения опроса было бы целесообразно представить расчет уровня доверия мнения респондентов и обоснование объема выборки для проведения исследования.

3. При определении удельного веса показателей инвестиционной привлекательности государства, региона и предприятий для развития промышленного туризма использовались экспертные оценки, которые в диссертации не приводятся и требуют обоснования.

4. В диссертационной работе не прослеживается обоснование выбора промышленных и туристических предприятий Донецкой Народной Республики для оценки их инвестиционной привлекательности.

5. На основе методического подхода рассчитан мультипликативный эффект от развития промышленного туризма для Рурской области (Германия) (таблица 3.4), а целесообразно оценить этот мультипликативный эффект для Донецкой области.

Вместе с тем, указанные недостатки не снижают качественного уровня диссертационной работы Антонец В.Г., являющейся содержательным, самостоятельным, завершенным научным исследованием.

### **Заключение**

Диссертация Антонец Викторией Григорьевны на тему: «Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма» является законченным научным исследованием, в котором рассматривается решение значимой практической задачи – теоретическое аргументирование, разработка методических положений и научно-практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в условиях индустриальных регионов.

Диссертация и автореферат соответствуют паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

Оформление и содержание диссертации соответствует установленным требованиям. Стил ь изложения материала исследования, выводов и рекомендаций соответствует требованиям научности и стилистической чистоты. Язык диссертации лаконичный, корректный и понятный. Методы, которые автор использует в процессе доказательства основных положений исследования, не вызывают сомнений.

Общая оценка работы положительна. Выше изложенное позволяет утверждать, что диссертация Антонец Виктории Григорьевны «Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма» соответствует требованиям, установленным п. 2.2 «Положения о присуждении ученых степеней», а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

*Я, Древицкая Ирина Юрьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

### **Официальный оппонент**

кандидат наук по государственному управлению (25.00.04 – «Региональное управление»), доцент, ректор Частного высшего учебного заведения «Донецкий институт туристического бизнеса»

Подпись Древицкой И.Ю. удостоверяю.  
Начальник ОК



Ирина Юрьевна Древицкая

Праведникова Е.В.

Частное высшее учебное заведение  
«Донецкий институт туристического бизнеса»  
Адрес: 283114, г. Донецк, ул. Университетская, 94,  
тел.: (062) 311-35-80,  
e-mail; [ditb@ditb.donbass.com](mailto:ditb@ditb.donbass.com)  
адрес сайта: <https://www.ditb.donbass.com/>