

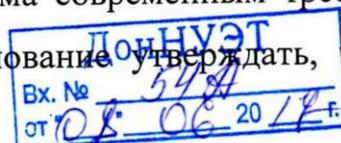
## ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертационную работу  
Антонец Викторией 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 исследования

Развитие индустриальных регионов и повышение их конкурентоспособности во многом зависят от того, насколько успешно удастся им продвигать свои товары и привлекать инвестиции. Помощь в этом могут оказать бренды городов и регионов. Брендинг индустриальных регионов формируется на основе восприятия его как региона с положительным имиджем, со многими привлекательными составляющими. Этого можно достичь, в первую очередь, путем развития промышленного туризма. Сегодня в мире значительное количество промышленных предприятий тесно сотрудничает с туристическими фирмами, тем самым рекламируя свою продукцию и расширяя рынки сбыта. Организация туристических экскурсий на действующие производства может стать значительным подспорьем в развитии малого и среднего бизнеса, обеспечивая дополнительные поступления в местный бюджет.

Разнообразие промышленного туризма, как общественного явления, обусловила комплексный, проблемно-целевой подход к его научным и прикладным исследованиям, решить которые можно благодаря определению маркетинговой стратегии его развития. На сегодняшний день актуальной является проблема совершенствования теоретико-методологических и методических положений промышленного туризма, расширение его предметно-объектной сферы и проведение на этой основе исследований, которые будут определять соответствие промышленного туризма современным требованиям развития науки и общества. Все это дает основание утверждать, что тема



диссертационной работы Антонец В.Г. на тему «Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма» является актуальной и современной.

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

Диссертационная работа Антонец В.Г. на тему «Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма» выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

Определенные и сформулированные в работе цель, объект и предмет исследования соответствуют теме диссертации. В работе содержится достаточно подробный анализ и критическая оценка научных взглядов отечественных и зарубежных ученых, работы которых посвящены теории и методологии формирования стратегических маркетинговых направлений развития промышленного туризма.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что они доведены до конкретных рекомендаций, которые могут быть использованы органами государственного управления в сфере туризма для совершенствования процесса управления туристической отраслью, деятельности отдельных субъектов рынка туристических услуг. Полученные автором результаты исследования используются в учебном процессе 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».

Стиль изложения материала исследования, выводов и рекомендаций соответствует требованиям научности, последовательности, стилистической чистоты. Язык диссертации лаконичный, корректный и понятный. Главная идея работы прослеживается как на этапе теоретического обоснования, так и на этапе разработки соответствующих рекомендаций по ее внедрению.

Опубликованные научные работы и автореферат диссертации объективно и в полной мере раскрывают основные положения диссертационной работы, полученные научные результаты, выводы и рекомендации, что свидетельствует о достаточности информирования научного сообщества о ходе выполнения диссертации.

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

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке комплексного подхода к формированию научно-методических положений относительно маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в индустриальных регионах.

В разделе 1 «Теоретические положения маркетинговой стратегии развития промышленного туризма» определены сущность и особенности маркетинговой стратегии развития промышленного туризма; выявлены факторы формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в Донецком регионе, раскрыт концептуальный подход к маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, определяющий единый, общий замысел политики развития промышленного туризма на трех уровнях (макро-, мезо- и микро-).

Новыми являются следующие результаты:

определение терминов: «промышленный туризм»; «маркетинговая стратегия развития промышленного туризма в регионе»; «туристический бренд промышленного региона»;

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;

концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, определяющий 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 учитывающий стратегические цели взаимодействия, принципы развития промышленного туризма в регионе и инструменты их реализации.

В разделе 2 «Анализ современного состояния маркетинговой стратегии развития промышленного туризма» проведен мониторинг рынка промышленного туризма в Донецком регионе, выполнена диагностика его инвестиционной привлекательности и оценка целесообразности внедрения промышленного туризма на предприятиях Донецкой Народной Республики.

Научной новизной отличается обоснование автором применения научно-методического подхода к оценке инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма, который дополнен расчетом интегрального индекса инвестиционной привлекательности, и основывается на определении целей, задач, принципов, методов оценки, уровней диагностики и системы расчетных показателей. Анализ инвестиционной привлекательности 10 промышленных и 5 туристических предприятий позволил сделать вывод о том, что почти все выбранные промышленные предприятия имеют высокие значения показателя, требуют несущественных корректировок в деятельности по внедрению стратегии диверсификации за счет развития промышленного туризма.

В разделе 3 «Методические основы обеспечения маркетинговой стратегии развития промышленного туризма» представлены механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма; направления формирования бренда Донецкой Народной Республики; проект Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020

года и оценка его мультипликативного влияния на социально-экономическое положение региона.

Вызывают научный интерес следующие результаты диссертационного исследования:

усовершенствован механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, который отличается от существующих учетом совокупности организационно-экономического, методико-методологического, нормативно-правового и информационного звеньев развития промышленного туризма, реализуется на основе разработанных принципов, методов и инструментов, и способствует обеспечению развития промышленного туризма на макро-, мезо- и микроуровнях, удовлетворяющего потребности туристов, промышленных предприятий и принимающего региона;

усовершенствована организационная система формирования бренда Донецкой Народной Республики как дестинации промышленного туризма, которая основывается на объединении усилий органов власти, представителей бизнеса, промышленных, туристических предприятий, экскурсионных бюро и высших учебных заведений, которая позволит позиционировать индустриальный регион как привлекательную территорию для развития промышленного туризма;

усовершенствована научно-методическая база формирования проекта Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020 года, определены ее цели, основные задачи, стратегические направления и ожидаемые результаты. Ее реализация позволит обеспечить создание конкурентоспособного туристического продукта, формирование бренда ДНР путем развития промышленного туризма, увеличение объектов и субъектов туристической деятельности;

усовершенствован методический подход к оценке мультипликативного влияния реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма на социально-экономическое положение региона, который в отличие от существующих охватывает направление генерирования в регионе прямых и

косвенных социально-экономических выгод основными и инфраструктурными предприятиями промышленного туризма.

Таким образом, научные положения и новизна, выводы и рекомендации диссертационной работы являются достаточно обоснованными. Достоверность результатов, полученных диссертантом, определяется глубоким анализом и обобщением процессов формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма.

### **Замечания**

Положительно оценивая результаты диссертационной работы Антонен Виктории Григорьевны, следует остановиться на дискуссионных положениях и определенных замечаниях к ее содержанию:

1. В параграфе 2.2. автор представляет результаты исследования промышленных предприятий на предмет стратегических маркетинговых приоритетов внедрения экскурсий, но излагает их не в полном объеме. Следовало бы проанализировать готовность и возможность промышленных предприятий к диверсификации деятельности и внедрению экскурсий на промышленные объекты по сферам промышленности.

2. Определение рекомендованных стратегий для промышленных предприятий по матрице «Arthur D. Little» для развития промышленного туризма в зависимости от стадии жизненного цикла предприятия (рисунок 2.11) требует подтверждения расчетами.

3. В таблице 3.1. представлены маркетинговые стратегии развития промышленного туризма на трех уровнях, на их основе рекомендуется использовать «Микс-стратегию», или объединенную стратегию, которая требует уточнения и обоснования выбора.

4. На рисунке 3.1 «Механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма» не раскрыты принципы данного механизма, а также возникает вопрос о необходимости введения имиджевого или брендингового звена в механизм реализации маркетинговой стратегии развития

промышленного туризма, поскольку на этой основе разработана организационная система формирования бренда Донецкой Народной Республики как дестинации промышленного туризма.

5. Процесс формирования бренда Донецкой Народной Республики предполагает разработку графического изображения бренда. В связи с этим, следовало бы представить варианты бренда ДНР, позиционируемой как центра развития промышленного туризма.

Приведенные в тексте отзыва замечания носят преимущественно дискуссионный характер и не влияют на обоснованность основных выводов и защищаемых положений представленной работы. Указанные недостатки не снижают достоинств работы, которая отличается научной новизной, теоретической и практической значимостью. Их следует рассматривать как рекомендации к дальнейшим исследованиям автора по выбранному направлению.

#### **Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным п 2.2 Положения о присуждении ученых степеней**

Научные положения, разработки, результаты, выводы и рекомендации, выносимые на защиту, получены автором самостоятельно. Личный вклад в работах, опубликованных в соавторстве, указан в списке публикаций. Содержание автореферата и основные положения диссертации идентичны. Работа полно и достоверно отражает основные положения диссертации. Текст диссертации изложен научным стилем, грамотным языком.

Диссертационная работа Антонец Викторией Григорьевны на тему «Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма» представляет собой завершённое исследование, в котором получены новые научные положения, разработаны методические основы, обоснованы практические рекомендации по формированию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма. По своей структуре, объёму и оформлению диссертации соответствует требованиям п. 2.2 Положения о присуждении

ученых степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, 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, Припотень Владимир Юрьевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Официальный оппонент:

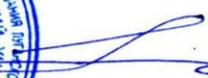
доктор экономических наук по специальности 08.00.04 – Экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности), доцент, профессор, заведующий кафедрой менеджмента ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»

Владимир Юрьевич Припотень

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Луганской Народной Республики «Донбасский государственный технический университет»  
94204, ЛНР, г. Алчевск  
пр-т Ленина, 16  
тел.: (06442) 27960, (099) 1954824  
адрес сайта: <https://dstu.education/>

Подпись Припотня В.Ю. удостоверяю  
Начальник ОК и Д



 Л.В. Ткаченко