

В диссертационный совет Д 01.004.01 при ГО ВПО
«Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»,
по адресу: 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертационной работы
Антонец Виктории Григорьевны**

**«Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма»,
представленной 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)**

Современные мировые тенденции развития туризма отличаются как расширением диверсификации видов туризма, так и углублением их содержания. Рядом с классическими видами – культурно-историческим, лечебно-оздоровительным, спортивным туризмом, все более утверждаются альтернативные виды, среди которых значительное место занимает промышленный туризм. Этот вид туризма имеет перспективы для того, чтобы занять определенный сегмент туристского рынка, а основой для этого можно выбрать любую отрасль промышленности с обоснованием основных преимуществ и определением потенциала предприятия, в частности его истории, технологических мощностей, ассортимента состава, новаторских идей. Во многих странах промышленный туризм является не только популярным развлечением, но и дополнительным способом привлечения внимания к бренду и стимулирования продаж товаров и услуг в регионе.

В связи с этим, проведенное Антонец В.Г. исследование, которое заключается в комплексном решении проблемы формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, – является не только логически верно построенным, но и, несомненно, имеет признаки научной новизны.

Комплекс поставленных задач диссертационной работы отражает ее целевую направленность, а проблемы, указанные в положениях, выносимых на защиту, находят отражение в выводах и научной новизне.

Обращает на себя внимание, что применение в исследовании системного подхода позволило выделить и охарактеризовать основные элементы механизма 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 (п. 1 научной новизны подтвержден на стр. 17, на рис. 6).

В организационном аспекте автором был предложен 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 (2 пункт научной новизны описан на стр.9, на рис. 1). Кроме того, автором доказано применение аналитико-экспертных методов при определении эффективной маркетинговой стратегии развития промышленного туризма и разработке проекта программы развития промышленного туризма в регионе на основе расчета интегрального индекса инвестиционной привлекательности.

В диссертации автором усовершенствована система формирования бренда Донецкого региона как дестинации промышленного туризма с использованием объединенных усилий органов власти Донецкой Народной Республики, представителей бизнеса, промышленных, туристических предприятий, экскурсионных бюро и высших учебных заведений, которая позволит позиционировать индустриальный регион как привлекательную территорию для развития промышленного туризма (4 пункт научной новизны описан на стр.18, на рис. 7).

Наряду с общей положительной оценкой диссертации следует обратить внимание на недостатки:

1) В концептуальном подходе к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма (рис. 2) не совсем понятно, что происходит в случае не достижения цели механизма реализации данной стратегии.

2) Спорным является то, что источниками финансирования Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе являются средства исполнителей, а не бюджет региона.

Сказанное выше не снижает качество выполненной работы: глубина, логика и научная степень разработок определенных задач не может ставиться под сомнение. Теоретические положения, выводы, направления решения задач, изложенные в автореферате диссертации, достаточно конкретные, реальные и обоснованные.

В заключение следует сказать, что диссертационная работа Антонен Виктории Григорьевны на тему «Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма» является законченным научным исследованием, которое содержит научно-практическое решение задач по продвижению региона на основе развития промышленного туризма, соответствует паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг), и заслуживает присуждения автору ученой степени кандидата экономических наук.

Я, Ким Ангелина Георгиевна, согласна на включение моих персональных данных в аттестационное дело и их дальнейшую обработку

Кандидат экономических наук
по специальности 08.00.05 –
экономика и управление народным хозяйством,
профессор кафедры международного маркетинга
и торговли ГОУ ВО «Владивостокский
государственный университет экономики
и сервиса»

Ким

ГОУ ВО «Владивостокский государственный
Университет экономики и сервиса»
690041, г. Владивосток, Россия
ул. Гоголя, 41
Тел.: 8 (423) 240-41-12
E-mail: Angelina.kim@vvsu.ru

Подпись Ким А.Г. удостоверяю
Начальник ОК

Ким Ангелина Георгиевна
Подпись _____

заверяю

08 ИЮН 2017

Специалист ОК

Ким

