

В диссертационный совет Д 01.004.01  
при ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского»

## ОТЗЫВ

**официального оппонента,  
доктора экономических наук, профессора Лепы Романа Николаевича  
на диссертационную работу Давидчук Надежды Николаевны  
на тему «Механизмы маркетинго-ориентированного управления  
рекреационным комплексом», представленную на соискание ученой  
степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 –  
Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы  
деятельности, в т.ч. маркетинг)**

### Актуальность выбранной темы исследования

Особенность рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики, функционирующего на базе различных отраслей экономики включая рекреационную сферу, должна создавать возможности для взаимной координации работы большого количества основных и обеспечивающих предприятий, а также преодоления кризисных явлений, вызванных создавшейся политической и экономической обстановкой. Механизмы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом, по своему наполнению, должны способствовать воспроизводству рекреационного потенциала, позитивно влиять на имидж Республики, призваны повышать привлекательность предприятий рекреационной сферы, улучшать качество предоставляемых рекреационных услуг, что в целом положительно влияет на качество жизни населения.

Несмотря на существующие разработки, в современной научной литературе отсутствуют единые взгляды относительно понятий «рекреация», «рекреационный комплекс», «рекреационный потенциал». Ряд проблем теоретического и научно-методического характера по формированию механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом остаются нерешенными, а существующие научно-методические разработки нуждаются в доработке с учетом специфических для Донецкой Народной Республики особенностей. Все это дает основание утверждать, что тема диссертационной работы Давидчук Надежды Николаевны «Механизмы

ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
Вх. № 5993  
от "20" 08 2020 г.



маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом» является актуальной, а проведенное исследование является своевременным и имеет важное научно-теоретическое, методологическое и практическое значение для развития Донецкой Народной Республики.

Подтверждением актуальности темы диссертации и практической направленности является ее связь с научно-исследовательскими работами ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по госбюджетным темам: «Информационные технологии и модели управления знаниями в научных исследованиях и образовании», № Д – 2013 - 11 (01.01.13 – 31.12.16), «Научно-методическое обеспечение подготовки специалистов по информационным системам и технологиям», № Г-2017-8 (01.01.2017-31.12.2019), хоздоговорной темы: «Разработка методических рекомендаций по организации исследования потребительского рынка товаров и услуг с помощью информационных технологий», № 01хт/2019 (26.09. 2019-20.12. 2019).

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

Анализ содержания диссертации и автореферата позволяет сделать вывод о том, что основные результаты диссертационной работы Давидчук Надежды Николаевны получены с использованием общенаучных и специальных методов исследования, базирующихся на современных научных основах экономических наук. Сформулированные в диссертации выводы и рекомендации, подтверждаются предварительным системным анализом работ ученых в вопросах формирования механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом.

Список работ, опубликованных автором, в полной мере отражает степень апробации результатов исследования. Основные положения и результаты диссертационной работы опубликованы в 40 научных работах, в том числе в 1 личной и 3 коллективных монографиях, 16 статьях в рецензируемых научных изданиях, 3 статьях в научных изданиях индексируемых РИНЦ, 5 статьях в других научных изданиях и 12-ти работах апробационного характера.

Соискатель компетентно, профессионально и грамотно использует современные теоретические подходы для получения научных выводов и



результатов. Материал научного исследования полностью соответствует плану диссертационной работы.

Для достижения основной цели диссертации и решения поставленных задач автором использованы прогрессивные идеи и эффективные инструменты ряда общенаучных и специальных методов. Среди указанных методов следует выделить: методы анализа и синтеза, индукции и дедукции; метод анализа и идеализации; графический; факторного и корреляционно-регрессионного анализа; логического обобщения для формулирования выводов и предложений по результатам научного исследования; методы экспертных оценок; экономико-статистические методы.

Для достижения поставленной цели исследования, а именно: формирование теоретического, методологического и методического базиса развития рекреационного комплекса на основе разработки эффективных механизмов маркетинго-ориентированного управления, в работе предусмотрено выполнение комплекса взаимосвязанных задач, решение которых дало возможность сформировать основные выводы теоретического, методического и практического содержания. Изучение содержания диссертационной работы позволяет сделать вывод, что соискателем достигнута поставленная цель и выполнены определенные задачи.

Достоверность научных результатов, выводов и рекомендаций подтверждена значительным объемом осуществленных исследований теоретической и практической направленности. Диссертантом обработаны перечень из 343 литературных источников. Обработка аналитических данных была осуществлена с использованием современных пакетов программ: STATISTICA, СУБД MS Access, MS Excel.

Информационной базой исследования послужили научные концепции, фундаментальные положения экономической теории и теории потребления, научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования и развития рынка услуг и теоретические разработки ученых. Практическая ценность полученных результатов исследования подтверждается актами и справками о внедрении. Так, предложенные рекомендации одобрены Министерством молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики, а также внедрены в деятельность Государственного учреждения «Донецкий ботанический сад». Ряд положений диссертационной работы используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и



торговли имени Михаила Туган-Барановского».

Диссертация Давидчук Н.Н. выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Терминология, стиль и язык изложения материала соответствуют принятым нормам научной литературы. Работа четко структурирована, изложение материала логически выдержано, отвечает поставленным задачам исследования. Содержание автореферата соответствует содержанию диссертационной работы и полностью освещает её основные научные и практические положения.

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

Результаты научных исследований, выводы и предложения, приведенные в диссертационной работе Денисенко И.А., получены лично и характеризуются высоким уровнем достоверности полученных результатов. В проведенном исследовании прослеживается логичность и четкость поставленных задач, привлечение научно-методических, аналитических и статистических материалов за достаточно длительный период времени.

Достоверность полученных результатов подтверждается также согласованностью полученных результатов с известными теоретическими и экспериментальными данными; соответствием методов и информационных источников объекту, предмету, целям и задачам исследования, а также положительными результатами практического использования результатов работы.

Изучение диссертации и работ соискателя, анализ основательности научных положений позволяют сделать вывод, что в процессе исследования автором получен ряд научных результатов, определяющих новизну диссертационной работы:

1. Получило дальнейшее развитие научное обоснование теории эволюции маркетинга рекреационного комплекса, которое позволяет представить развитие маркетинга во взаимосвязи и взаимозависимости от развития рекреации, где маркетинговое развитие является способностью субъекта рекреационного комплекса конкурировать во внешней среде и



удовлетворять рекреационные потребности населения в рекреационных услугах на основе маркетинго-ориентированного управления (параграф 1.1).

2. Уточнена сущность основных понятий теории маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом в части уточнения: «рекреация» (с. 32-33); «рекреационная услуга» (с. 39); «рекреационный комплекс» (с. 47), «концептосфера рекреационного комплекса» (с. 49), «туристский мультипликатор» (с. 60), «маркетинг рекреационных территорий» (с. 77), «рекреационный потенциал» (с. 109 ); «рекреационные ресурсы» (с. 114).

3. Разработан научно-методический подход к формированию механизма геомаркетинговой системы рекреационного комплекса, который базируется на построении географических информационных систем рекреационных ресурсов на основе интегрирования соответствующих каждому из них тематических слоев, и позволяет оценить маркетинговую привлекательность рекреационных ресурсов с позиций рекреантов (параграфы 2.3 и 5.2).

4. Предложены экономико-математическая оптимизационная модель оценки целесообразности маркетинговых затрат (параграф 3.3) и инфологическая модель базы данных рекреационного комплекса для маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом (параграф 3.2) с целью оценки целесообразности затрат на продвижение новых видов рекреационных услуг, которые, на основе учета приемлемых значений экономического риска финансовых потерь, и как результат реализации маркетинговых мероприятий, позволят количественно определить минимальную выручку от реализации рекреационных услуг и целевую аудиторию рекреантов.

5. Усовершенствована формализованная модель процесса разработки управленческих решений в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом, использование которой даёт возможность определить приоритетные альтернативы при обосновании комплекса маркетинговых мероприятий, обеспечивающих социальную и экономическую результативность функционирования рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики (параграф 3.3).

6. Представлен механизм разработки управленческих решений в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом,



который учитывает ключевые параметры и приоритетные альтернативы в управлении рекреационным комплексом, а также позволяет обоснованно определять комплекс эффективных маркетинговых управленческих решений в конкурентной среде (параграф 3.3).

7. Усовершенствованы механизмы маркетингового управления развитием рекреационных услуг, базирующиеся на кибернетическом подходе к управлению знаниями в системе формирования и развития рекреационного комплекса с аргументацией возможности генерирования новых рекреационных услуг исходя из рекреационных потребностей жителей Донецкой Народной Республики (параграф 4.1).

8. Разработан научный комплексный подход к управлению знаниями в системе обеспечения рекреационными услугами, в основу которого положены основополагающие принципы системности, компетентности, открытости, что позволило разработать модель управления знаниями, которая основывается на компетентностном подходе к определению целевых стратегических ориентиров развития рекреационного комплекса и обеспечивающие достижение оптимального уровня знаний специалистов с целью формирования конкурентных преимуществ субъектов рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики (параграф 4.2).

9. Усовершенствована интегрированная модель оценки уровня инновационности рекреационной услуги, базирующаяся на возможности разработать комплекс управленческих решений относительно повышения конкурентоспособности субъекта рекреационного комплекса на основе количественных оценок сервиса, клиентского интерфейса, системы предоставления рекреационных услуг и технологий (параграф 4.3).

10. Обоснован научно-методический подход к оценке уровня лояльности потребителей рекреационного продукта, который на основе оценок ряда детерминантов лояльности (рекреационная репутация рекреационной территории, социальная атмосфера, информационное обеспечение, айдентики, инфраструктура и управление) позволяет определить тип потребительской лояльности, и, в дальнейшем, разработать мероприятия по обеспечению сбалансированности интересов субъектов социально-экономической системы рекреационного комплекса (параграф 4.3).

11. Представлены концепция и концептуальная модель маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом, которые



объединяют теоретический, методологический, аналитический и практический базисы формирования механизма маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом и учитывают геомаркетинговые аспекты формирования рекреационного комплекса, управление знаниями в системе обеспечения рекреационными услугами, оценку рекреационного потенциала, уровень инновационности рекреационных услуг, тип лояльности потребителей рекреационного продукта (параграф 5.2).

12. Разработан научно-методический подход к оценке рекреационных ресурсов, позволяющий сконцентрировать усилия относительно маркетинго-ориентированного управления отдельными составляющими рекреационного потенциала для реализации его основных функций и позволяет сформировать стратегические перспективы развития как отдельных рекреационных субъектов так и в целом рекреационного комплекса (параграф 5.2).

13. Обоснован научно-методический подход к оценке уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики (параграф 5.2), включающая процесс отбора ключевых детерминант его развития и модель оценивания рекреационного комплекса, а также разработана графическая модель, как базовая для характеристики геомаркетинговой системы (параграф 5.3).

14. Предложена модель оптимизации стратегии реализации новых видов рекреационных услуг, отличающаяся целенаправленной способностью определить в количественном выражении виды реализации дополнительных рекреационных услуг с учетом достижения точки безубыточности и приемлемого значения риска возникновения потерь (параграф 5.3).

Таким образом, ознакомление с содержанием диссертации позволяет сделать положительный вывод относительно научного уровня, достоверности анализа, экономической грамотности диссертанта, целесообразности теоретических обоснований, полному соответствию выносимых на защиту научных положений, выводов и рекомендаций поставленной цели работы и наличия элементов научной новизны.

### **Дискуссионные положения и замечания**

Положительно оценивая уровень диссертационной работы, ее теоретическое и практическое значение, тем не менее, представляется



целесообразным обратить внимание автора на ряд положений, которые требуют уточнения:

1. В главе 1 «Теоретические основы и эмпирический базис функционирования рекреационного комплекса» автором рассматривается рекреационный комплекс с позиции системного подхода и разработана его модель (рис. 1.12, с. 44). Следует конкретизировать элементы подсистем рекреационного комплекса и охарактеризовать отношения представленной модели рекреационной системы.

2. В главе 2 «Состояние рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики и особенности маркетинговых исследований рекреационной деятельности» охарактеризован рекреационный комплекс Донецкой Народной Республики, осуществлена оценка потенциала рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики (глава 5), систематизированы виды потенциалов развития рекреационной сферы, сформирована геомаркетинговая система рекреационного комплекса. Требуется более тщательного изучения вопроса нормативно-правового обеспечения развития рекреационной сферы в Донецкой Народной Республике.

3. В главе 3 «Формирование системы управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики», диссертант проводит анализ сопряженности категорий признаков «Возраст» и «Социальные сети» и категорий признаков «Социальное положение» и «Социальные сети». Необходимо более детально аргументировать выбор данных категорий признаков при исследовании маркетинга социальных медиа.

4. В работе представлены модели мультипликативных эффектов (с. 261-268), которые сформированы с учетом влияния предикторов, количество которых значительно превышает трёхмерные модели. Это усложняет процедуру интерпретации их дисперсионного анализа и повышает вероятность превышения нормы допустимых погрешностей разработанных моделей, что в результате может снизить их экономическую значимость и целесообразность применения.

5. В рамках выполнения задания относительно формирования интегрированной модели оценки уровня инновационности рекреационных услуг, автором разработана модель формирования конкурентных преимуществ рекреационного комплекса (рис. 4.8, с. 244). Целесообразно было бы конкретизировать конкурентные преимущества рекреационного комплекса



Донецкой Народной Республики, а также обосновать перспективы и возможности их развития с целью повышения уровня лояльности потребителей рекреационного продукта.

В целом, приведенные замечания не снижают научной и практической ценности проведенного Давидчук Н.Н. исследования и не отражаются на общей положительной оценке диссертации.

**Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным п. 2.1. Положения о присуждении ученых степеней.**

Таким образом, диссертация Давидчук Надежды Николаевны на тему «Механизмы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом», по своему содержанию и оформлению соответствует требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг).

*Я, Лепа Роман Николаевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, профессор,  
Депутат Народного Совета  
Донецкой Народной Республики

*Начальник  
кадров и гос.*  
283001, ДНР, Донецк,

ул. Артема, 97

тел.: +380713472920

e-mail: roman.lepa@gmail.com

сайт: <https://dnrsovet.su/ru>



Р.Н. Лепа