

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

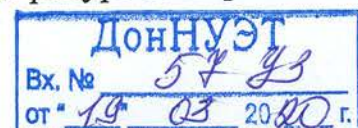
ОТЗЫВ

**официального оппонента, доктора экономических наук,
Родионова Александра Владимировича
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.

Диверсифицированные межотраслевые комплексы являются основными составляющими экономики, в которой рекреационный комплекс, имеющий производственную и непроизводственную функции, является катализатором социально-экономического развития региона. Диверсифицированные межотраслевые комплексы являются основными составляющими экономики, в которой рекреационный комплекс, имеющий производственную и непроизводственную функции, является катализатором социально-экономического развития.

Управление рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики основывается на механизмах маркетинго-ориентированного управления, базирующихся на комплексе мероприятий в системе экономического стимулирования рекреации. Существующие формы и методы управления рекреационными ресурсами не в полной мере отвечают современным требованиям, поэтому существует необходимость совершенствования воспроизводства рекреационных ресурсов и развития



рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики в теоретико-методическом и практическом направлениях.

В этих условиях особую ценность приобретают исследования, связанные с разработкой и внедрением новых механизмов управления рекреационным комплексом в целом и в частности предприятиями рекреационной сферы на основе маркетинго-ориентированного подхода.

В настоящее время в научной литературе не в полной мере освещены вопросы формирования методологии маркетинга рекреационного комплекса, обоснования инструментального обеспечения управления рекреационным комплексом с использованием маркетинго-ориентированного подхода, оценки мультипликативных эффектов в сфере рекреации, рекреационного пространства и деятельности предприятий рекреационного комплекса, систематизации компонентов маркетинга рекреационных территорий и маркетинговой политика по формированию имиджа и территориальной индивидуальности с учётом корреляции интересов органов власти и различных потребителей регионального рекреационного продукта, формирования геомаркетинговой системы рекреационного комплекса и ряд других. Указанные обстоятельства определяют необходимость комплексного изучения теоретических, методологических и практических аспектов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом. Исходя из этого, диссертационная работа Давидчук Надежды Николаевны, посвященная вопросам формирования и реализации механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом, является своевременной и актуальной.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций.

Диссертационная работа Давидчук Н.Н. на тему «Механизмы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом»

выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) (п. 9.27 Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития, повышения инвестиционной активности и формирования благоприятного имиджа территории); (п. 9.2 Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга); (п. 9.26 Система позиционирования и рыночного продвижения товарных марок, создание бренда и управление брендом).

Определенные и сформулированные в работе цель, объект и предмет исследования соответствуют теме диссертационной работы. В работе содержится достаточно подробный анализ и критическая оценка научных взглядов отечественных и зарубежных ученых, работы которых посвящены теории и методологии формирования механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом.

Положения, выносимые на защиту, выводы и рекомендации, изложенные в диссертационной работе, являются обоснованными как с теоретической, методологической, так и с методической точки зрения, являются достоверными, основаны на современных теориях, корректном использовании широкого спектра общенаучных и специальных методов исследования для решения конкретных научных задач.

Использование методов анализа, синтеза, дедукции, индукции, системного подхода и моделирования позволило развить понятийный аппарат теории маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом, в части уточнения сущности понятий «рекреация» (с. 32-33), «рекреационная услуга» (с. 39), «концептосфера рекреационного комплекса» (с. 49), «туристский мультипликатор» (с. 60-61), «рекреационный комплекс» (с. 85), «геомаркетинговая система рекреационного комплекса» (с. 123), определить содержание и особенности формирования и развития механизмов маркетинго-

ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики в условиях социально-гуманистической направленности развития современного общества (с. 233-242). На основе использования экономико-статистических методов осуществлена оценка факторов, влияющих на изменение структуры и динамики социально-экономических показателей предприятий рекреационной сферы республики (с.), проведено исследование структуры пользователей социальных сетей («Одноклассники», «Вконтакте», «Instagram» и «Facebook») среди жителей Донецкой Народной Республики по признакам: возраст, социальное положение, доход, как платформы для маркетинга социальных медиа (с. 160-172), построены уравнения статистических зависимостей и осуществлен расчет множественного туристского мультипликатора (с.262-273). С использованием методов опроса и анкетирования оценены мотивационные факторы влияющие на рекреационную деятельность респондентов (с. 97), сформирован рейтинг детерминант формирования имиджа территории согласно мнения респондентов (с. 119), получены оценки уровня развития рекреационных ресурсов (с. 279) и рекреационного потенциала Донецкой Народной Республики (с. 302), осуществлена геомаркетинговая оценки привлекательности всех видов рекреационных ресурсов (с. 136-141), определен уровень знаний специалистов предприятий предоставляющих рекреационные услуги (с. 224-226). Использование графического метода позволило проанализировать структуру концентрации рекреационных объектов г. Донецка (с. 125-130), построить географическую информационную систему рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики (с. 131), Использование логического и интуитивного методов позволило сформировать инфологическую модель базы данных рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики (с. 177-184), когнитивные модели маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом и предприятиями рекреационной сферы

Донецкой Народной Республики (с. 236-241). На основе применения метода гипотез и эксперимента разработан комплекс методик и осуществлена их апробации.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что они доведены до конкретных рекомендаций, которые могут быть использованы для совершенствования механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики и отдельных предприятий сферы рекреации. Полученные автором результаты исследования используются в учебном ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин: «Информационные системы и технологии в экономике», «Электронная коммерция», «Компьютерные технологии», «Информационно-аналитическое обеспечение управления корпоративными финансами».

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 диссертационной работы 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.

Диссертационную работу Давидчук Н.Н. отличает глубокий анализ отечественных и зарубежных научно-теоретических исследований и

практических разработок по проблематике маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом.

Реализация определенных автором задач исследования позволила получить результаты, которые свидетельствуют о его научной новизне, практическом значении и наличии предмета публичной защиты.

Результаты исследования являются достоверными и базируются на фундаментальных положениях экономической теории, теории маркетинга и экономики предприятия, менеджмента, стратегического управления, монографической литературы по профилю диссертации, научных статьях и т.д. (список использованных источников насчитывает 343 наименования).

Положительно следует отметить разработанные автором концепцию и концептуальную модель маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом (рис. 5.3, с. 283), 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.

Заслуживает особого внимания дальнейшее развитие научного обоснования теории эволюции маркетинга рекреационного комплекса (с.67-70), развитие понятийно-категориального аппарата теории маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом.

Автором разработаны механизмы маркетингового управления развитием рекреационных услуг (с. 214-220), 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.

Усовершенствован научный комплексный подход к управлению знаниями в системе обеспечения рекреационными услугами (с. 220-226), 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;

Заслуживает особого внимания разработанная автором интегрированная модель оценки уровня инновационности рекреационной услуги (рис. 4.11, с. 251), 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;

Автором предложена модель оптимизации стратегии реализации новых видов рекреационных услуг (с. 293-295), отличающаяся целенаправленной способностью определить в количественном выражении виды реализации дополнительных рекреационных услуг с учетом достижения точки безубыточности и приемлемого значения риска возникновения потерь;

Особое внимание в работе уделено обоснованию научно-методического подхода к оценке рекреационных ресурсов (с. 296-299), интегрирующей социокультурные, природно-рекреационные, культурно-исторические, научно-образовательные ресурсы, что позволяет 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.

В работе выполнена оценка уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики (с. 300-307), включающая процесс отбора ключевых детерминант его развития и модель оценивания рекреационного комплекса, а также разработана графическая модель, как базовая для характеристики геомаркетинговой системы.

Заслуживает также внимания разработанный научно-методический подход к формированию механизма геомаркетинговой системы рекреационного комплекса (с. 136-137), 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.

В работе получило дальнейшее внимание экономико-математическая оптимизационная модель оценки целесообразности маркетинговых затрат (с. 199-200) и инфологическая модель базы данных рекреационного комплекса для маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом (с. 175-177) 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.

В работе представлен научно-методический подход к оценке уровня лояльности потребителей рекреационного продукта (рис. 4.9, с. 245), позволяющий на основе оценок ряда детерминантов лояльности (рекреационная репутация рекреационной территории, социальная

атмосфера, информационное обеспечение, айдентики, инфраструктура и управление) определить тип потребительской лояльности.

Таким образом, комплексность и завершенность рассматриваемых положений диссертационной работы подтверждают ее новизну и практическую значимость.

Замечания по результатам научного исследования.

Положительно оценивая уровень представленной к защите диссертационной работы, ее теоретическое и практическое значение, следует отметить ряд замечаний и дискуссионных положений:

1. В главе 1 «Теоретические основы и эмпирический базис функционирования рекреационного комплекса» основываясь на современных разработках в области рекреации, автор предлагает многоуровневую модель рекреационной услуги (рис. 1.9, с. 40). При этом автор, акцентирует внимание на необходимости обеспечения соответствия сервисных атрибутов потребностям рекреантов. На наш взгляд, стоило бы конкретизировать основные атрибуты рекреационной услуги.

2. В главе 2 «Состояние рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики и особенности маркетинговых исследований рекреационной деятельности» диссертантом приводятся результаты PEST-анализа (рис. 2.2, с. 90) и SWOT-анализа (рис. 2.3, с. 93) рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики. При этом не менее важным, на наш взгляд, является количественная оценка силы влияния каждого фактора на деятельность предприятий рекреационного комплекса.

3. В главе 3 «Формирование системы управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики», диссертант предлагает систему классификации информационных технологий в маркетинго-ориентированном управлении в сфере услуг. Соглашаясь в целом с мнением диссертанта, стоило бы расширить перечень классификационных признаков в аспекте выделения классификационного признака «по

целевому использованию» с детализацией по классам: оперативное, аналитическое и коллаборационное (обеспечивающее непосредственное участие клиента в деятельности предприятия рекреационного комплекса и возможность влиять на продукты рекреации и сервисное обслуживание).

4. В главе 4 «Иноватика в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом» представлена интегрированная модель (*СИУТ*) и предложен научно-методический подход к оценке уровня инновационности рекреационной услуги. Целесообразно осуществить практическое апробирование предложенного подхода на предприятиях сферы рекреационного комплекса и определить основные направления повышения инновационности социально значимых видов рекреационных услуг.

5. В рамках выполнения комплекса задач по моделированию маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики (глава 5), представлены результаты рейтинговой оценки административно-территориальных единиц Донецкой Народной Республики по геомаркетинговой привлекательности рекреационных ресурсов. Целесообразно уточнить комплекс маркетинго-ориентированных управленческих решений относительно использования рекреационных ресурсов административно-территориальных единиц Донецкой Народной Республики в целях обеспечения рекреационных потребностей населения.

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

Таким образом, диссертационная работа 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, Родионов Александр Владимирович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент:
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры
государственно управления



А.В. Родионов

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики
«Луганский национальный университет имени Владимира Даля»
91034, ЛНР, г. Луганск, кв. Молодёжный, 20а
Тел .0642 34 48 18
E-mail: gukaf@bk.ru; av.box@bk.ru
Сайт организации: <http://dahluniver.ru>.

