

Ректор  
Государственного  
образовательного учреждения  
высшего профессионального  
образования «Донбасская  
национальная академия  
строительства и архитектуры»  
д.т.н., профессор Н.М. Зайченко  
«18» марта 2020 года

## ОТЗЫВ

ведущей организации по диссертации  
Давидчук Надежды Николаевны на тему  
«Механизмы маркетинго-ориентированного управления  
рекреационным комплексом», представленной 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 для науки и практики**

Рекреационный комплекс как совокупность отраслей, предназначенных для удовлетворения потребностей населения в отдыхе, восстановления сил и здоровья, израсходованных в процессе трудовой деятельности – важная составляющая социально-экономического развития любой экономической системы. Деятельность рекреационных организаций и предприятий должна основываться на знании и прогнозировании потребительского спроса, его качественных и количественных изменений в перспективе. Именно маркетинго-ориентированное управление рекреационным комплексом, направленное на выявление неудовлетворенных запросов потребителей в этой сфере, позволит предложить и обосновать механизмы эффективной организации рекреационного комплекса в зависимости от постоянно меняющихся потребностей рынка и запросов населения.

Повышенный научный интерес к рекреации сформировали накопленные знания в различных сферах деятельности общества, которые не только не противоречат друг другу, но и консолидируются, дополняя различные качественные признаки понятия рекреации, рекреационных услуг,



рекреационного пространства, предприятий рекреационной деятельности, что в условиях гуманистической направленности развития общества придает первостепенное значение валеологической компоненте рекреации.

Основное внимание в диссертационной работе уделено комплексному решению задач по формированию научно-методических положений управления рекреационным комплексом, а также направлениям разработки механизмов маркетинго-ориентированного управления.

Диссертационная работа Давидчук Н.Н. является актуальной с позиции теоретического, методологического и методического базиса для развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики за счет обоснования эффективных механизмов маркетинго-ориентированного управления.

### **Основные научные результаты и их значимость для науки и практики**

Обоснованность и достоверность полученных в диссертации Давидчук Н.Н. результатов, подтверждается наличием теоретического обоснования авторской позиции, которая базируется на изучении и критическом анализе трудов современных ученых и исторически накопленных знаний в области управления рекреационным потенциалом; использовании современных методов для проведения исследования, статистической информации по данным официальных источников.

Обоснование цели исследования, круг задач, поставленных автором для ее достижения, подходы к решению задач, полученные выводы, позволяют судить об авторском подходе к решению проблемы управления рекреационным комплексом. Обоснованность научных результатов обеспечивается также и современным методическим аппаратом, используемым автором, большим количеством научных трудов российских и зарубежных исследователей, изученных в ходе исследования.

Диссертационная работа имеет четкую структуру изложения, содержит пять глав, выводы по каждому разделу, заключение, список литературы, приложения.

В диссертации автором обосновано использование научно-методических подходов к разработке механизма обеспечения маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом как элемента



социально-экономического потенциала развития государства. Основные научные результаты, полученные автором, состоят в следующем:

1. Впервые разработаны 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.

2. Впервые выполнена оценка уровня развития рекреационного потенциала Донецкой Народной Республики, включающая процесс отбора ключевых детерминант его развития и модель оценивания рекреационного комплекса как базовая для характеристики геомаркетинговой системы.

3. Усовершенствованы механизмы маркетингового управления развитием рекреационных услуг, которые в отличие от существующих базируются 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.

4. Усовершенствован научный комплексный подход к управлению знаниями в системе обеспечения рекреационными услугами, в основу которого положены принципы системности, компетентности, открытости, что позволило представить модель управления знаниями, которая основывается на компетентностном подходе к определению целевых стратегических ориентиров развития рекреационного комплекса и обеспечивает достижение оптимального уровня знаний специалистов с целью формирования конкурентных преимуществ субъектов рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики.

5. 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.

6. Усовершенствована 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.

7. Усовершенствован научно-методический подход к оценке рекреационных ресурсов, интегрирующий комплексные оценки его локальных составляющих - финансовой, маркетинговой, технико-технологической, инновационной, производственной и клиентской, 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.

8. Усовершенствована формализованная модель процесса разработки управленческих решений в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом, использование которой даёт возможность определить целевую управляющую функцию, с акцентом на основные характеристики рекреационного комплекса и приоритетные альтернативы при обосновании комплекса маркетинговых мероприятий, обеспечивающих социальную и экономическую результативность функционирования рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики.

9. Усовершенствован механизм разработки управленческих решений в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом, который, в отличие от существующих, учитывает ключевые параметры и приоритетные альтернативы в управлении рекреационным комплексом, а также позволяет обоснованно определять комплекс эффективных маркетинговых управленческих решений в конкурентной среде.

10. Усовершенствован 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.



11. Получило дальнейшее развитие научное обоснование теории эволюции маркетинга рекреационного комплекса, понятийно-категориальный аппарат теории маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом в части уточнения сущности понятий: «рекреация», «рекреационная услуга», «рекреационный потенциал», «туристский мультипликатор», «рекреационный комплекс», «маркетинг рекреационных территорий»; экономико-математическая оптимизационная модель оценки целесообразности маркетинговых затрат и инфологическая модель базы данных рекреационного комплекса для маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом; научно-методический подход к оценке уровня лояльности потребителей рекреационного продукта.

Основные научные положения диссертационной работы доведены до уровня практических рекомендаций и научно-методических разработок. Выводы и предложения, полученные в результате исследования, использованы предприятиями рекреационного комплекса и органами исполнительной власти Донецкой Народной Республики, что подтверждено такими актами и справками о внедрении: справка №13/234 от 3.07.2019 г. Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики (внедрена геомаркетинговая карта рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики, наполнение которой способствует патриотическому воспитанию и оздоровлению молодежи, развитию направлений социально-реабилитационной деятельности и привлечению внимания жителей к отдыху на территории Республики); справка №470 от 17.10.2019 г. Государственного учреждения «Донецкий ботанический сад» (использованы научные результаты соискателя при разработке программы рекреационной привлекательности, направленной на эффективное использование природно-рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики).

Основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе при преподавании учебных дисциплин: «Информационные системы и технологии в экономике», «Электронная коммерция», «Компьютерные технологии», «Информационно-аналитическое обеспечение управления корпоративными финансами», «Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований» в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (справка №13/1110 от 16.08.2019).



## Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации

Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы Давидчук Н.Н. могут быть использованы в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления для повышения эффективности маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом.

Практическое значение будут иметь такие научные результаты:

ключевые компоненты и научное обоснование инструментального обеспечения управления рекреационным комплексом с использованием маркетинго-ориентированного подхода;

научно-методический подход к систематизации составляющих интегрированной динамической системы рекреационного комплекса;

составляющие мультипликативных эффектов в сфере рекреации, рекреационного пространства и в деятельности предприятий рекреационного комплекса;

научно-методический подход к оценке привлекательности специфических рекреационных образований и разработке геомаркетинговой системы рекреационного комплекса г. Донецка и Донецкой Народной Республики;

система компонентов маркетинга рекреационных территорий и маркетинговая политика по формированию имиджа и территориальной индивидуальности с учётом корреляции интересов органов власти и различных потребителей регионального рекреационного продукта;

информационно-аналитическая база исследования для оценки рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики и комплекс моделей, методологических подходов и методов обеспечения маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом;

структура и оценка рекреационного потенциала рекреационного комплекса;

геомаркетинговая система рекреационного комплекса г. Донецка и Донецкой Народной Республики, сформированная по четырем группам рекреационных ресурсов: социокультурным, природно-рекреационным, культурно-историческим и научно-образовательным;



модель формирования конкурентных преимуществ рекреационной территории и научно-методический подход к определению уровня лояльности потребителей рекреационного продукта;

стратегические перспективы развития как отдельных рекреационных субъектов, так и в целом рекреационного комплекса;

концепция и концептуальная модель развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики на основе маркетинго-ориентированного управления.

Материал, изложенный в диссертации, целесообразно использовать при чтении дисциплин по образовательным программам бакалавриата и магистратуры, а именно: «Информационные системы и технологии в экономике», «Электронная коммерция», «Компьютерные технологии», «Информационно-аналитическое обеспечение управления корпоративными финансами», «Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований».

Считаем целесообразным продолжить работу в области развития механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики.

### **Общие замечания**

Отмечая безусловные преимущества работы, тем не менее, следует обратить внимание автора на ряд положений, которые требуют уточнения:

1. На рисунке 1.15 (стр. 10) приведены результаты исследования заинтересованности в проблематике мультипликативного эффекта на основании информационной базы электронной библиотеки «КиберЛенинка». Автору следовало отобразить обобщенные данные в виде столбчатой диаграммы, поскольку использованная визуализация отображает ложную взаимосвязь между анализируемыми независимыми друг от друга базами данных.

2. На рисунке 1.20 (стр. 73) требует пояснения одна из особенностей рекреационной услуги «4НЕ».

3. В формировании рынка рекреационных услуг (рисунок 1.22) не понятна взаимосвязь его составляющих - «система хозяйствования» и «законодательство, стандарты и наука».



4. Автору следовало бы более детально раскрыть практическое значение для субъектов хозяйственной деятельности рекреационной сферы разработанного ним концептуального базиса социальных медиа (рис. 3.8, стр. 159).

5. В тексте диссертации необходимо было указать источник формирования шкалы для оценки зависимостей, которую автор использует при анализе устойчивости связи в однофакторных моделях (таблица 5.1).

Однако указанные замечания не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки, научной ценности и практической значимости выполненной работы.

### **Заключение**

Диссертационная работа Давидчук Надежды Николаевны на тему: «Механизмы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом», представляет собой законченную научно-исследовательскую работу, выполненную на актуальную тему. Диссертация представляет собой самостоятельное научное исследование. Научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту, получены автором лично. По результатам проведенного исследования опубликовано 40 научных работ. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом личных исследований соискателя. Основные положения и результаты, изложенные в диссертации, обсуждались и получили одобрение на 12 научно-практических конференциях в Российской Федерации, Донецкой Народной Республике, Луганской Народной Республике, Соединенных Штатах Америки, что свидетельствует о практической ценности работы.

Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Текст автореферата диссертации полностью соответствует содержанию диссертации. Язык диссертации лаконичен, корректен, понятен и соответствует современным научным нормам. Научный уровень выполненного исследования и содержание работы свидетельствуют о глубоком знании автором предмета исследования, владении методическим аппаратом, умении дать критическую оценку большому объему научной информации, навыкам обработки статистических и учетных данных, опыту использования в работе научного аппарата экономических наук и умение использовать в ходе исследования современные компьютерные технологии.



Содержание диссертации и автореферата соответствует Паспорту специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг) в части пунктов: 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.

Диссертация Давидчук Надежды Николаевны на тему: «Механизмы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом» отвечает требованиям п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней, 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).

Отзыв обсужден и одобрен на заседании межкафедрального научного семинара Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры» «18» марта 2019 г., протокол № 3.

*Я, Иванов Михаил Федорович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

доктор экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой менеджмента  
строительных организаций

М.Ф. Иванов

личную подпись д.э.н., доцента  
Иванова М.Ф. удостоверяю.  
Ученый секретарь ГОУ ВПО «ДОННАСА»  
к.э.н., доцент



М.А. Гракова

Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Донбасская национальная академия  
строительства и архитектуры»

Адрес: Донецкая Народная Республика,  
286123, г. Макеевка, ул. Державина, 2  
Телефон: +38 (062) 343-7033  
E-mail: mailbox@donnasa.org  
Сайт: <http://donnasa.ru>