

Министерство образования и науки
Донецкой Народной Республики

Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

На правах рукописи



Давидчук Надежда Николаевна

**МЕХАНИЗМЫ МАРКЕТИНГ-ОРИЕНТИРОВАННОГО
УПРАВЛЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ**

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Донецк – 2019

Работа выполнена в Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк.

Научный консультант: доктор экономических наук, профессор
Малыгина Валентина Дмитриевна

Официальные оппоненты: **Безрукова Татьяна Львовна,**
доктор экономических наук, профессор,
академик Российской Академии Естествознания, почетный работник
высшего профессионального образования Российской Федерации,
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Российской Федерации «Воронежский
государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова»,
заведующая кафедрой экономики и финансов

Лепя Роман Николаевич,
доктор экономических наук, профессор,
депутат Народного Совета Донецкой Народной Республики

Родионов Александр Владимирович,
доктор экономических наук, профессор,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики «Луганский национальный
университет имени Владимира Даля»,
заведующий кафедрой государственного управления

Ведущая организация: **Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Донбасская
национальная академия строительства и архитектуры»**

Защита состоится «07» апреля 2020 года в 11.00 часов на заседании диссертационного совета Д 01.004.01 при ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики по адресу: 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, ауд. 1222, тел: +38(062) 337-41-57, e-mail: dissovet@donnuet.education

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики по адресу: 283017, г. Донецк, б. Шевченко, 30 (<http://library.donnuet.education>).

Автореферат разослан «___» _____ 20__ г.

И.о. ученого секретаря
диссертационного совета
Д 01.004.01, д.э.н., доцент



И.В. Гречина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. С усилением целевой ориентации мировой экономики на развитие человека и социальной инфраструктуры, приоритизации человеческого фактора как жесткого индикатора социальной дееспособности экономики и источника экономических возможностей, настоятельной потребностью хозяйственного развития стала рекреации, которая априори несёт в себе симбиоз физического здоровья человека, его умственного и интеллектуального развития. Основами и концептами рекреологии очерчена социальная ценность, а концептосфера данной проблематики представляет собой совокупность концептов рекреации, образованную всеми потенциями концептов носителей содержания рекреационного комплекса.

Социализация, гуманистическая направленность современного этапа развития экономики свидетельствует о диалектическом единстве между экономическим и социальным аспектами общественного развития, где рекреация, выступая как элемент социальной сферы, наряду с воспроизводственной функцией способствует удовлетворению населения в культурно-просветительных, научно-образовательных и интеллектуальных потребностях.

Связь работы с научными программами, планами, темами. Диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ кафедры информационных систем и технологий управления 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), в рамках которой разработана методика использования элементов управления знаниями на предприятиях торговли и сферы услуг и разработан экономико-математический аппарат в системе управления предприятиями и организациями для улучшения качества услуг. «Научно-методическое обеспечение подготовки специалистов по информационным системам и технологиям», № Г-2017-8 (01.01.2017-31.12.2019) в рамках которой, с целью повышения качества образовательного процесса, разработано учебное пособие с описанием использования современных технологий дающих возможность будущим специалистам быть конкурентоспособными на рынке труда; кафедры товароведения при выполнении 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 разработанности проблемы. Теоретическую базу диссертации составляют публикации отечественных и зарубежных ученых, занимающихся изучением фундаментальных основ рекреологии, рекреации, а также механизмов управления в сфере рекреационной деятельности.

В настоящее время отдельные аспекты научных знаний систематизированы по различным направлениям, однако вопросы взаимосвязи и взаимозависимости развития основных структурных компонентов дефиниции «рекреация» не были предметом специальных исследований. Изучению концептуальных основ формирования термина «рекреация» посвящены работы И.А. Ангелиной, Н.В. Багрова, Т.Л. Безруковой, С.А. Боголюбовой, И.В. Зорина, Т.В. Ибрагимхалиловой, М.Ф. Иванова, В.А. Квартальнова, Р.Н. Лепы, В.Д. Малыгиной, Н.С. Мироненко, М.С. Нудельмана, А.В. Радионова, М.А. Саранчи, В.А. Смолия, И.Т. Твердохлебова, В.К. Федорченко, В.И. Цибуха. Особый интерес представляют труды таких зарубежных ученых как, Р. Браун, Д. Грэй, С. Гребен, Ж. Дюмазедье, К. Крапф, К. С. Мак-Мерри, Ж. Мьеж, К. Райн, И. Странднер, В. Хунцикер, Дж. Шиверс.

Повышенный научный интерес к рекреации сформировали накопленные знания в различных сферах деятельности человечества, которые не только не противоречат друг другу, а 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.

Отсутствие международного терминологического стандарта в области рекреации и рекреационной деятельности, не разработанная до нынешнего времени законодательная база актуализируют исследования в области рекреологии и управления рекреационным комплексом, что обусловило выбор темы диссертационной работы, ее цель и задачи.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является формирование теоретического, методологического и методического базиса развития рекреационного комплекса на основе разработки эффективных механизмов маркетинго-ориентированного управления.

Достижение поставленной цели определило постановку и решение следующих задач научного исследования:

исследовать этимологию и генезис рекреации и рекреационной деятельности целью разработки концепции маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом;

выявить существующие межнаучные связи развития рекреационного комплекса во взаимосвязи и взаимозависимости с рекреацией на основе предложенной концепции;

проанализировать структуру, ключевые детерминанты, критерии и параметры рекреационного комплекса;

изучить механизмы управления сложными системами, выявить предпосылки и обосновать необходимость разработки механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом;

разработать структурную модель рекреационных ресурсов рекреационного комплекса и определить ключевые детерминанты формирования рейтинговой привлекательности рекреационного комплекса;

обосновать и разработать комплексный подход к управлению рекреационным комплексом с использованием маркетинговой ориентации;

исследовать возможности использования кибернетического подхода к управлению знаниями в системе формирования и развития рекреационного комплекса и аргументировать его применение в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики;

проанализировать современные трансформационные процессы и возможности использования современных информационных системы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом и предложить новые подходы к методологии их использования;

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

разработать информационно-аналитическую базу для оценки рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики;

систематизировать подходы к управлению рекреационным комплексом и обосновать предложенный комплекс моделей, методологических подходов и методов обеспечения маркетинго-ориентированного управления;

обобщить существующие подходы и обосновать инновационный научно-методический подход к систематизации составляющих интегрированной динамической системы рекреационного комплекса;

усовершенствовать методологические основы использования геомаркетинговой системы оценки рекреационной привлекательности территории по четырем группам рекреационных ресурсов: социокультурным, природно-рекреационным, культурно-историческим и научно-образовательным;

систематизировать подходы к классификации объектов рекреации, выявить конъюнктуру, тенденции развития рекреационного комплекса и обосновать методику оценки мультипликативных эффектов в деятельности предприятий рекреационного комплекса;

научно обосновать концепцию и разработать концептуальную модель маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом.

Объектом исследования является процесс развития рекреационного комплекса в системе социально-экономического потенциала государства на основе маркетинго-ориентированного управления.

Предмет исследования – теоретические, методологические основы и механизмы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом.

Диссертация 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).

Научная новизна полученных результатов заключается в комплексном решении задачи по формированию научно-методических положений и направлений разработки механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом. К основным научным результатам выполненного исследования относятся следующие:

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;

выполнена оценка уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики, включающая процесс отбора ключевых детерминант его развития и модель оценивания рекреационного комплекса, а также разработана графическая модель, как базовая для характеристики геомаркетинговой системы;

усовершенствовано:

механизмы маркетингового управления развитием рекреационных услуг, в отличие от существующих 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;

научный комплексный подход к управлению знаниями в системе обеспечения рекреационными услугами, в основу которого, в отличие от существующего, 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;

интегрированная модель оценки уровня инновационности рекреационной услуги, базирующаяся, в отличие от применяемых, 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;

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;

научно-методический подход к оценке рекреационных ресурсов, в отличие от существующих, 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;

формализованная модель процесса разработки управленческих решений в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом, использование которой даёт возможность, в отличие от существующих, 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;

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;

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;

получило дальнейшее развитие:

научное обоснование теории эволюции маркетинга рекреационного комплекса, которое в отличие от существующих, 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;

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 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;

научно-методический подход к оценке уровня лояльности потребителей рекреационного продукта, который, в отличие от общепринятого, 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.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическое значение полученных результатов заключается в обосновании использования научно-методических подходов к разработке механизма обеспечения маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом как элемента социально-экономического потенциала государства.

Основные научные положения диссертационной работы доведены до уровня практических рекомендаций и научно-методических подходов; главные выводы и предложения, полученные в результате исследования, могут быть использованы предприятиями рекреационного комплекса на уровне республики, что подтверждено актами и справками внедрения:

Министерство молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики (справка №13/234 от 3.07.2019 г.) – при формировании гемаркетинговой карты 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.

Государственное учреждение «Донецкий ботанический сад» (справка №470 от 17.10.2019) – 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 управление корпоративными финансами в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (справка №13/1110 от 16.08.2019).

Методология и методы исследования. Теоретической и методической основой диссертационной работы являются фундаментальные положения экономической теории и теории потребления, научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования и развития рынка услуг; информационные материалы статистических, справочных, периодических изданий; ресурсы Internet; отчетность исследуемых предприятий; материалы научных и научно-практических конференций.

В процессе исследования для решения поставленных задач использовались следующие методы: анализа и синтеза – для обоснования дефиниции «рекреационный комплекс», «концептосфера рекреационного комплекса», «геомаркетинговая система рекреационного комплекса» и практических рекомендаций по формированию и развитию механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики в условиях социально-гуманистической направленности развития современного общества; графический – при построении диаграмм; табличный – для предоставления для предоставления расчетов и конкретных результатов исследования; факторного анализа (балансовый метод) – для анализа факторов, влияющих на изменение структуры и динамики социально-экономических показателей предприятий рекреационной сферы республики; корреляционно-регрессионного анализа – для изучения взаимосвязи социально-экономических показателей Донецкой Народной Республики.

Положения, выносимые на защиту. По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения, содержащие элементы новизны:

1. Доказательная научно-теоретическая база актуальности исследования механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом для формирования научной новизны и положений диссертации.

2. Интегративный подход к развитию (расширению) терминологического аппарата, а именно уточнение понятий «рекреация», «рекреационная услуга», «рекреационный комплекс», «концептосфера рекреационного комплекса», «маркетинг рекреационных территорий», «туристский мультипликатор».

3. Системный подход к исследованию рекреационного комплекса и формированию методологии маркетинга рекреационного комплекса с учетом мирового и отечественного опыта.

4. Ключевые компоненты и научное обоснование инструментального обеспечения управления рекреационным комплексом с использованием маркетинго-ориентированного подхода.

5. Научно-методический подход к систематизации составляющих интегрированной динамической системы рекреационного комплекса.

6. Сущность и составляющие мультипликативных эффектов в сфере рекреации, рекреационного пространства и деятельности предприятий рекреационного комплекса.

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

8. 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.

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

10. Структура и оценка рекреационного потенциала рекреационного комплекса.

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

12. Модель формирования конкурентных преимуществ рекреационной территории и научно-методический подход к определению уровня лояльности потребителей рекреационного продукта.

13. Стратегические перспективы развития как отдельных рекреационных субъектов так и в целом рекреационного комплекса.

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

Степень достоверности и апробация результатов. Из научных работ, опубликованных в соавторстве, в диссертации использованы только те идеи и положения, которые являются результатами собственной работы соискателя.

Основные положения и результаты диссертационной работы докладывались и получили одобрение на двенадцати научно-практических конференциях в Российской Федерации, Донецкой Народной Республике, Луганской Народной Республике, Соединенных Штатах Америки. Наиболее значимые из них следующие: «Направления повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти и местного самоуправления» (г. Алчевск, 2018 г.); «Актуальные вопросы учета и управления в условиях информационной экономики» (г. Севастополь, 2018 г.); «Экономика Донбасса: историческая проекция и траектория развития» (г. Донецк, 2018 г.); «Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы» (г. Донецк, 2018 г.); «Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации» (г. Пенза, 2018 г.); «The Strategies of Modern Science Development» (Моррисвилль, США, 2019 г.); «Themed collection of papers from international conferences by HNRI «National development» (Санкт-Петербург, 2019 г.); «Экономика Донбасса:

векторы социально-экономического и исторического развития» (г. Донецк, 2019 г.).

Публикации. Основные положения диссертационной работы опубликованы в 40 научных трудах, в том числе: 4 монографии, из которых одна личная (23,6 печ. л.) и 3 коллективных (лично автору принадлежит 3,54 печ. л.); 16 статей в рецензируемых научных изданиях (лично автору принадлежит 11,1 печ. л.); 3 статьи в научных изданиях индексируемых РИНЦ (0,7 печ. л.); 5 статей в прочих изданиях (лично автору принадлежит 1,1 печ. л.); 12 тезисов докладов (2,29 печ. л.). Общий объем публикаций автора составляет 42,33 печ. л.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертация состоит из введения, пяти глав, содержащих пятнадцать параграфов, заключения, списка литературы содержащего 343 наименования и приложений (объемом 105 страниц).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность выбранной темы диссертации, обозначены цель и задачи исследования; выделены объект, предмет, методы исследования; указаны ученые, труды которых стали базой для формирования научный новизны и положений диссертации; раскрыто практическое значение полученных результатов; определен личный вклад диссертанта; представлены результаты апробации научной работы, перечень опубликованных работ и структура исследования.

В первой главе диссертации **«Теоретические основы и эмпирический базис функционирования рекреационного комплекса»** прослежена эволюция маркетинга рекреационного комплекса с учетом мирового и отечественного опыта; сущность и составляющие мультипликативных эффектов в деятельности предприятий рекреационного комплекса; освещены методы маркетинго-ориентированной рекреационной деятельности.

Изучение генезиса понятия «рекреация» и его эволюции, привело к пониманию, что существующий понятийно-терминологический аппарат в области рекреационной деятельности требует совершенствования, ибо в диалектическое единство экономической и социальной компоненты человеческого развития приводит к возникновению новых услуг, новых моделей поведения потребителей, новых возможностей оказания рекреационных услуг, что стало в диссертации предметом специальных исследований и разработки авторской концепции маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом. Отсутствие международного терминологического стандарта по данной проблематике вызвало необходимость расширения понятийно-терминологического аппарата в сфере развития рекреационного комплекса. Исследование эволюции рекреации как процесса, рекреационного пространства и сферы современной рекреационной деятельности свидетельствует о потребности в глубоком изучении маркетинга рекреационного комплекса и механизмов его ориентированного управления.

В рамках данного подхода введено авторское понятие «концептосфера рекреационного комплекса», как научно-образовательное пространство, что позволило расширить терминологический аппарат рассматриваемой проблематики.

На основе обобщения существующих в экономической литературе определений понятия «рекреационные ресурсы» акцентировано внимание на

его многогранность и определены ключевые компоненты ресурсов рекреационного комплекса (рисунок 1).

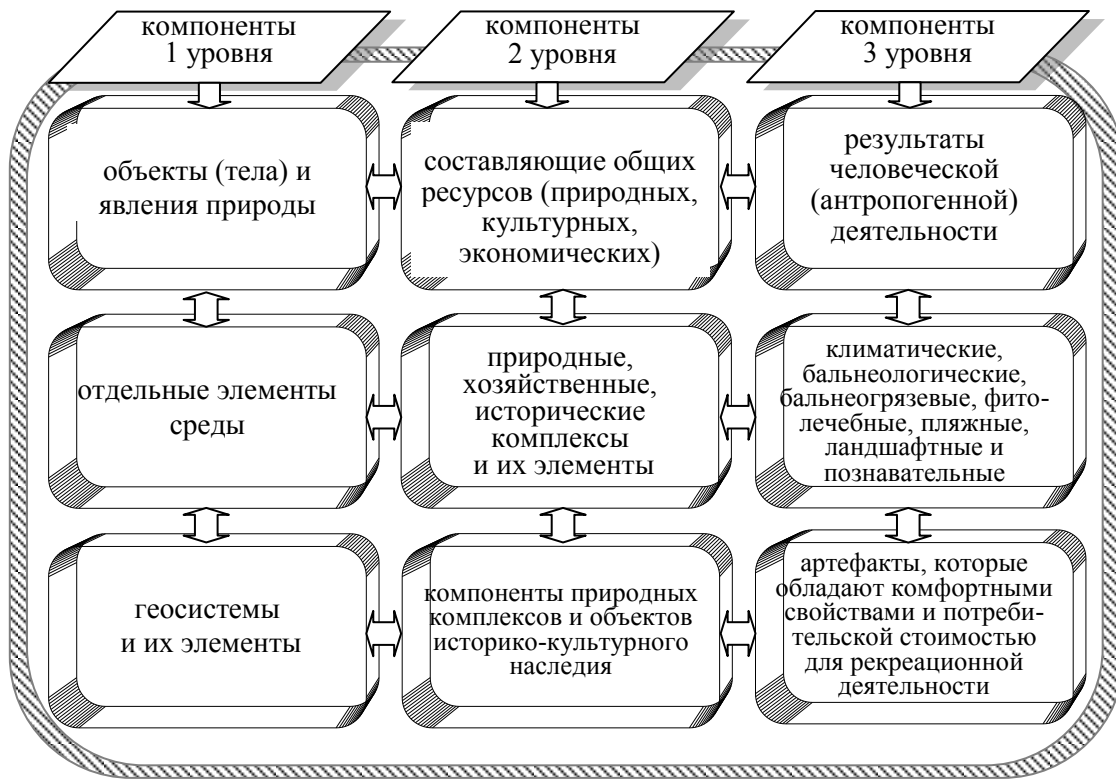


Рисунок 1 - Ключевые компоненты ресурсов рекреационного комплекса

В диссертации отмечено, что инновационную культуру в управлении рекреационным комплексом формируют экономика знаний, сервисный менеджмент, современное приоритетное развитие информационных систем и технологий, и, безусловно, маркетинговая составляющая методологии исследования формирования мультипликативного эффекта в рекреационной деятельности, это позволило сформулировать авторское определение дефиниции «туристский мультипликатор». Сущность проблематики рекреационного пространства, рекреационного комплекса, рекреации и в целом современной рекреалогии раскрывает концептуальная схема исследования, приведенная на рисунке 2.

В контексте социально-экономического развития общества установлено, что понятие «рекреация» является объектом исследований и споров для представителей различных наук и профессий, а накопленные знания в определенных сферах деятельности приводят к многочисленным трактовкам данного термина, которые в целом не противоречат друг другу, а консолидируются, дополняя его качественные признаки, что до сих пор вызывает научный интерес. Это связано, во-первых, с отсутствием международного терминологического стандарта по данной дефиниции; во-вторых, с тем, что до настоящего времени не разработана законодательная база, определяющая толкование понимания рекреации и индустрии.

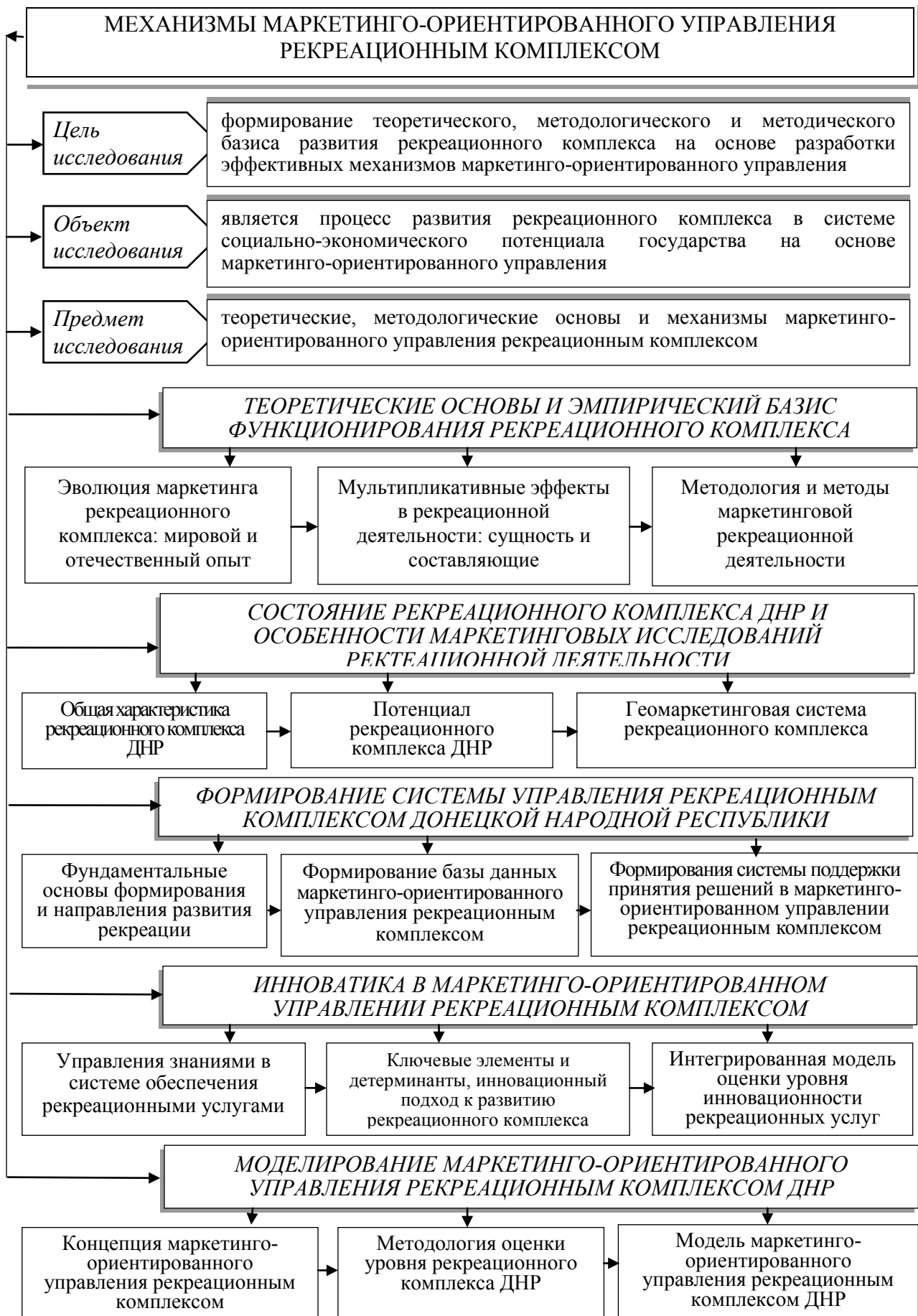


Рисунок 2 - Концептуальная схема исследования

Важно отметить: ни одна наука не может оспорить для себя данную категорию, несущую на себе симбиоз физического здоровья человека, его умственного и интеллектуального развития, и рекреацию следует понимать, как социально-экономическую категорию.

Эволюция понятия «рекреация» тесно связана с социально-экономической концепцией человеческого развития, о чем писал К. Маркс в учении «Анти-Дюринг», указывая на диалектическое единство между экономическим и социальным аспектами общественного развития. Генезис термина «рекреация» характеризуется понятиями, как «нормированный рабочий день», «второй выходной день», «летний отпуск» (США, конец 1890-х годов), при этом термин объединял восстановление физических способностей, оздоровление работника, а также пространство, где происходила данная деятельность.

В 1960-х годах двадцатого столетия начинает развиваться генезис учения о рекреационных системах, и с позиции системного подхода рекреационная система определена как сложная социально управляемая система, основная функция которой заключается в удовлетворении рекреационных потребностей субъектов. Понятие «рекреация» относится к виду деятельности субъекта с уточнением консолидации четырех условий наступления рекреационной деятельности: потребность в рекреации, наличие свободного времени у рекреанта, наличие специализированных территорий и системы мероприятий, проводимых самим рекреантом или специалистами в данной отрасли. Изучение различных трактовок понятия «рекреация» привело к утверждению динамичности характера данной дефиниции, и её эволюции обусловленной социально-экономическим развитием общества.

В диссертации предложены два авторских варианта определения дефиниции «рекреация»: рекреация - социально-экономическая система жизнедеятельности человека, обеспечивающая восполнение в свободное время возникших рекреационных потребностей за счет комплекса проводимых мероприятий на территориях рекреационного назначения самим рекреантом или специалистами; рекреация - деятельность по производству и реализации рекреационных услуг, обеспечивающих процессы воспроизводства физических и психологических сил; интеллектуального и культурно-познавательного развития; досуга и развлечения; гармонизации личности в целом.

Предложенные авторские подходы к формированию и развитию понятийно-терминологического аппарата, безусловно, имеют право на дальнейшее развитие и исследование в контексте социально-экономических преобразований общества. Как отражение эволюции научных подходов (рисунок 3), в работе прослежена диалектика понятий «рекреационное пространство», «рекреационный комплекс», «маркетинг рекреационного комплекса», что подтвердило глобальность проявления в конце XX века дефиниции «рекреация», и её доминантность в нынешнем тысячелетии. Причем, новый подход к дефиниции «рекреация» не отрицает предшествующих взглядов, а лишь их уточняет и дополняет.

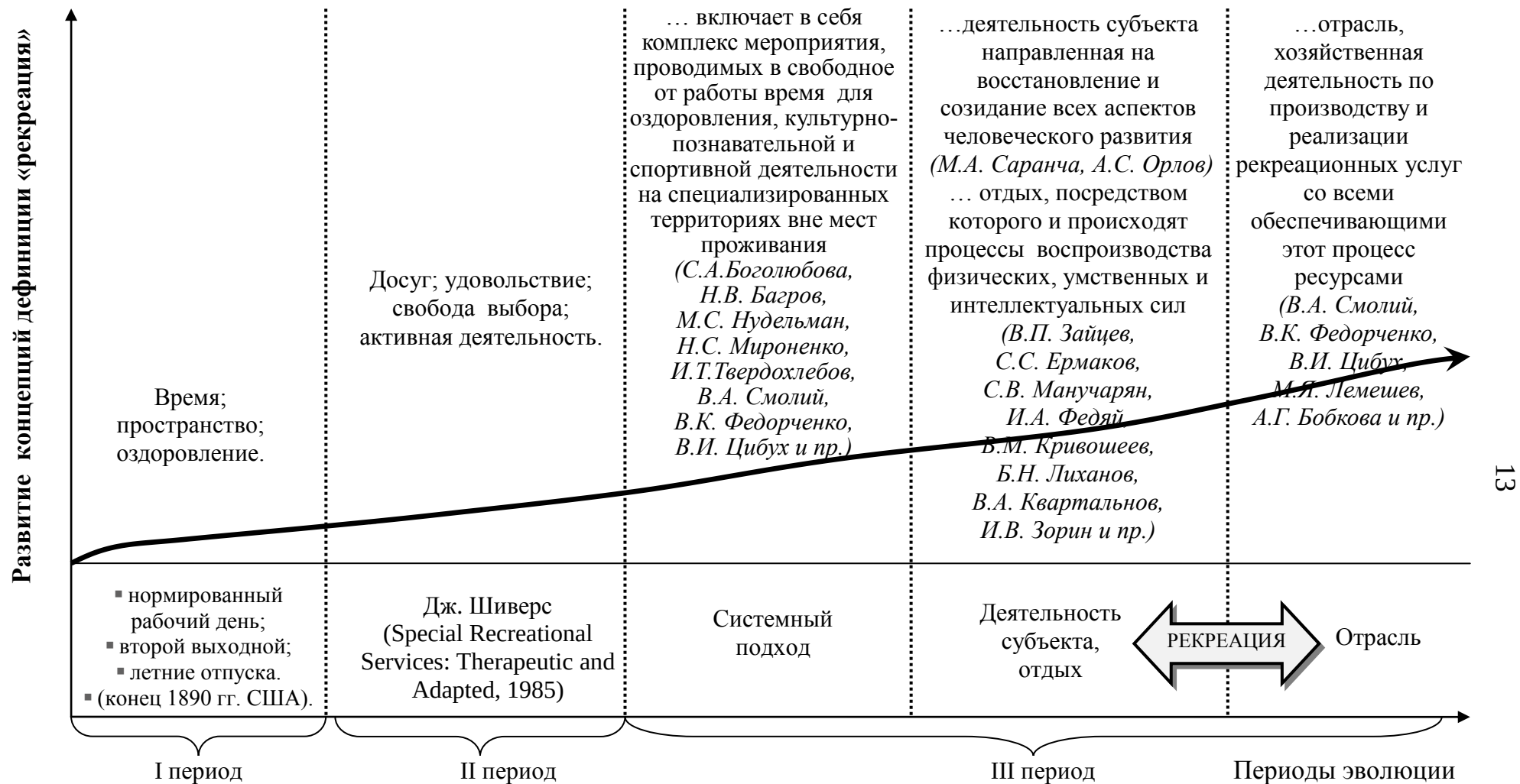


Рисунок 3 - Эволюция концепций определения термина «рекреация»

В данной трактовке фокус внимания сводится преимущественно к удовлетворению различного рода рекреационных потребностей: физиологических, духовных, эстетических, социальных, экологических и экзистенциальных. Эволюция концепций и понятий «рекреация», «рекреационный комплекс» (рисунок 4), «рекреационный потенциал» (рисунок 5), свидетельствует о повышенном внимании учёных к рекреации и рекреационной деятельности. Однако если последние 12 веков были под влиянием промышленного воздействия, то сейчас влияние человека на природу настолько велико, что учеными уже предлагается новое название нашей эры «антропоген» – «век человечества».

Изучение мирового и отечественного опыта, с акцентом на эволюцию маркетинга рекреационного комплекса, результаты анализа и обобщения теоретических положений относительно формирования терминологического аппарата «рекреация», «рекреационное пространство», «рекреационный комплекс», дали основание утверждать: данное научное направление является молодым и недостаточно сформулированным, и это позволило внести уточнение терминологии в её теоретической и практической плоскости.

В авторском понимании, понятие «рекреационный комплекс» представляет собой экономическую категорию, описывающую отношение подсистем на определенной территории со сложной инфраструктурой, (обладающей жизненным, ресурсно-производственным и экологическим потенциалом с обеспечивающими его природно-рекреационными, ландшафтными, социокультурными, культурно-историческими и социально-экономическими ресурсами), и определяющую и обеспечивающую экономическую деятельность общества, и жизнедеятельность его граждан. Дополнительной его характеристикой является медико-биологические, социально-культурные и экономические функции, содействующие не только воспроизводству физических, умственных и духовных сил населения, но и развитию региона в целом, благодаря возникновению мультипликативных свойств и синергетического эффекта.

Являясь собирательным понятием, синтетической категорией, рекреационный потенциал сосредотачивает в себе совокупности взаимодействующих и взаимосвязанных на различных уровнях потенциалов, применяемых в рекреационной деятельности и использующих факторы производства региона. Сама же рекреационная сфера является генератором новых потенциалов (курортных зон, парков отдыха, санаториев, пансионатов).

Наиболее развивающимся сектором мировой экономики является сфера услуг, к которой приковано внимание отечественных и зарубежных ученых-экономистов и интерес потребителей услуг, а диалектику потребностей обуславливают технический прогресс и социокультурная среда, что справедливо утверждается Ж. Ламбенем: «...большинство наших потребностей имеет культурное происхождение».

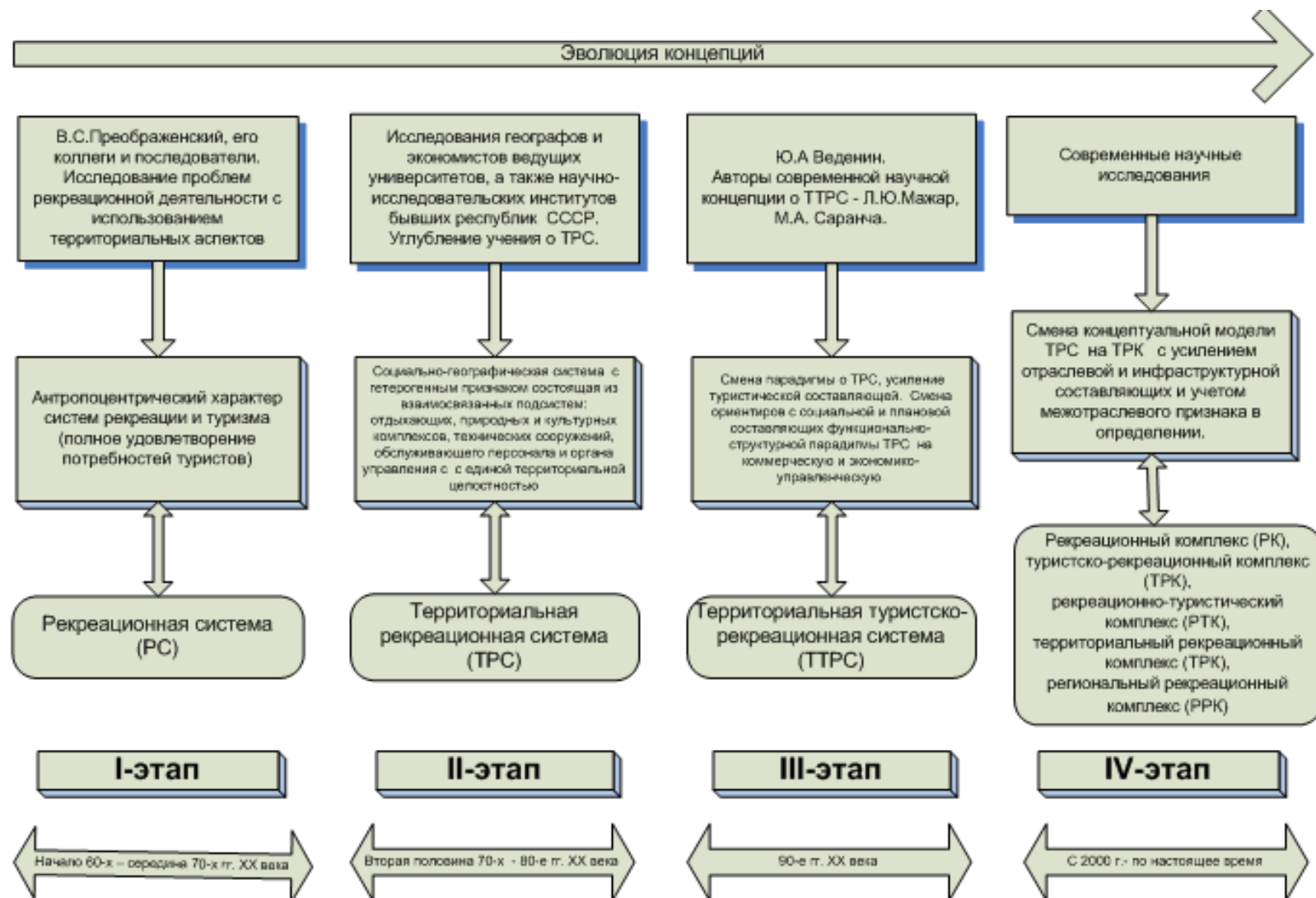


Рисунок 4 – Эволюция понятия «рекреационный комплекс»

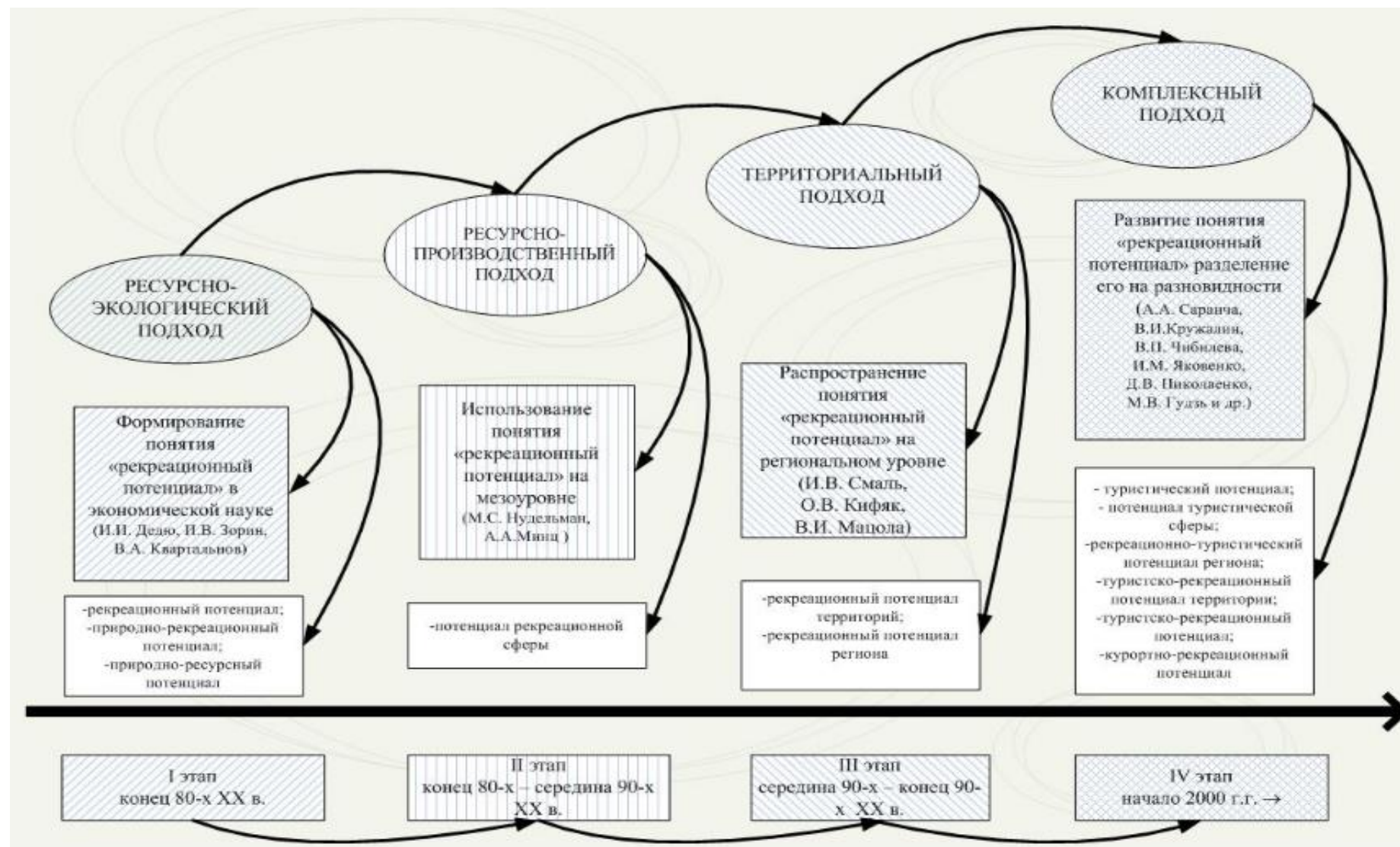


Рисунок 5 – Эволюция понятия «рекреационный потенциал»

Процесс экономического роста общества влечет за собой изменение структуры потребностей человека. По мере более полного удовлетворения материальных потребностей неуклонно повышается потребность в физическом и моральном восстановлении, умственном и духовном развитии, что приводит к трансформации непроеизводственной сферы экономики, предоставляющей услуги. Современное отношение населения к состоянию своего здоровья, повышение требований к уровню жизни, эмоциональная и информационная нагрузка, связанная с трудовой деятельностью, являются важными показателями развития рекреационного комплекса.

Растущие темпы конкуренции в рекреационной сфере требуют от современных рекреационных предприятий усиленного использования маркетинго-ориентированного подхода к формированию и предоставлению рекреационных услуг с целью принятия обоснованных управленческих решений для повышения качества этих услуг и увеличения количества потребителей. В такой ситуации уместны новые подходы и концепции управления рекреационным комплексом, опирающиеся на теоретические разработки, и учитывающие не только интересы бизнеса, а, прежде всего, формирующие модели воспроизводства жизненных сил, интеллектуального развития, содержательного проведения досуга, удовлетворения духовных потребностей общества.

Исследование проблематики рекреации и рекреационной деятельности определило перспективы исследования сферы рекреации в плоскости ее эмерджентности, синергетическом и мультипликативном эффекте рекреационной деятельности, рекреационного комплекса.

Безусловным условием существования и развития разнообразных рекреационных услуг в современном обществе должен быть высокий уровень информационной составляющей, а также потребностей в этих услугах, материальные возможности и наличие свободного времени. Исследования рекреационных предприятий проводились в своей основе комплексно, с использованием маркетинговой ориентации и учётом меняющихся потребностей, желаний и взглядов потребителей рекреационных услуг.

С позиции маркетингового подхода уточнено понятие рекреационная услуга: «рекреационная услуга» – это услуга, которая предоставляется потребителю на территории рекреационного комплекса для воспроизводства физических и психологических сил, а также для удовлетворения познания, интеллектуального, социального и духовного развития, на основании результатов маркетинговых исследований уровня спроса на рынке рекреационных услуг.

Независимо от модели территориальных рекреационных систем рекреационная услуга представляется на основе качественной оценки потребностей рекреантов (рисунок 6), но не является безапелляционной и приемлет дополнения, уточнения и дальнейшее развитие.

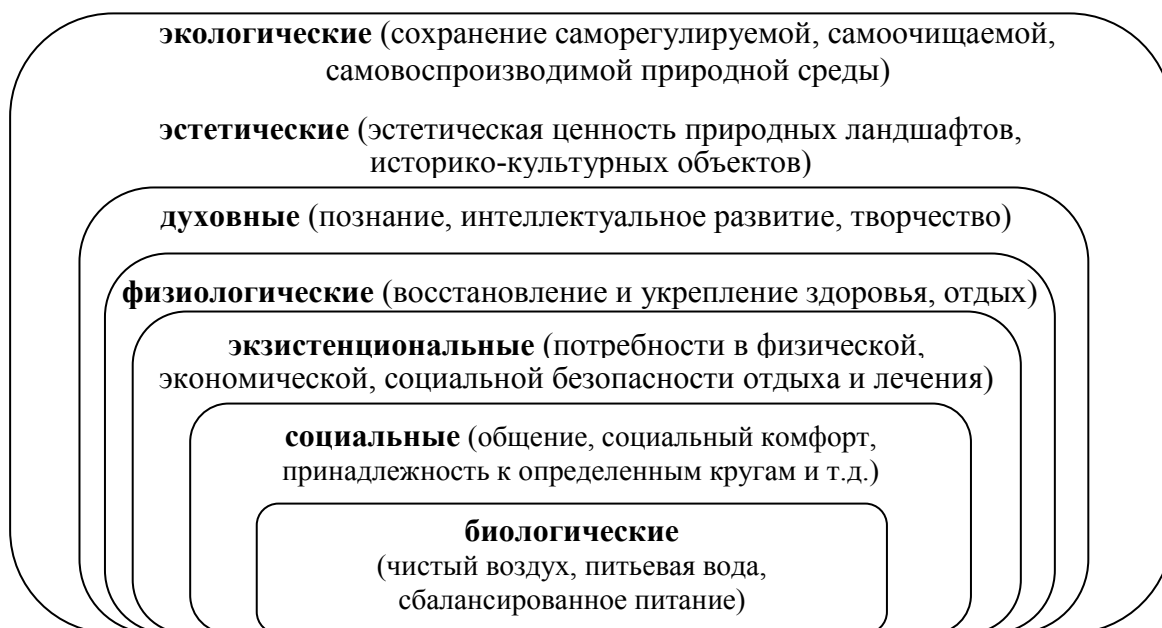


Рисунок 6 – Систематизация рекреационных потребностей

В результате исследования различных аспектов теории управления рекреацией, как экономической системой, позволили разработать модели коэффициента (на примере туристского мультипликатора). Мультипликатор в рекреационной сфере - это коэффициент, отражающий положительное влияние на экономическую систему и являющийся обобщающим показателем других мультипликаторов, например, туристского и научно-образовательного, или туристского и общерегионального инфраструктурного. В процессе исследования были выделены частные виды потенциала: экономический, научно-образовательный, финансовый, инвестиционный, трудовой, производственный, природно-рекреационный, инфраструктурный, культурно-исторический, экономический, территориальный, а также ресурсные возможности, которые могут быть вовлечены хозяйствующими субъектами в экономическую деятельность в собственных интересах и интересах региона в целом.

Во второй главе диссертации «Состояние рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики и особенности маркетинговых исследований рекреационной деятельности» представлена общая характеристика рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики (ДНР); геомаркетинговая система рекреационного комплекса и оценка его потенциала.

Изучение ретроспективы развития рекреации и рекреационного комплекса позволило сформировать и представить демографическую картину по Донецкой области на 2014 г. и провести сопоставимый анализ количественного и процентного изменения демографических данных на начало 2018 г. (таблица 1; рисунок 7), что позволило констатировать уменьшение площади территории (на 32%) и увеличение численности (на 52,63%) и плотности населения (на 62%).

Таблица 1 - Анализ количественного и процентного изменения демографических данных на начало 2018 г.

	Донецкая область (до 2014 г.)	ДНР (на 2018г.)	Количественное изменение	Процентное изменение
Площадь (тыс. км ²)	26,5	8,6	(-) 17,9	< 32,45 %
Население (млн. человек)	4,37	2,3	(-) 2.07	< 52,63 %
Плотность (чел./км ²)	165	267,4	(+) 102,4	> 62,06 %
Городское население (%)	90,6	95	(+) 4,4	> 4,86 %

Изучение направлений развития рекреационного комплекса в сложившихся в Республике условиях турбулентности, показало необходимость анализа влияющих на него политических, экономических, социальных и технологических факторов.

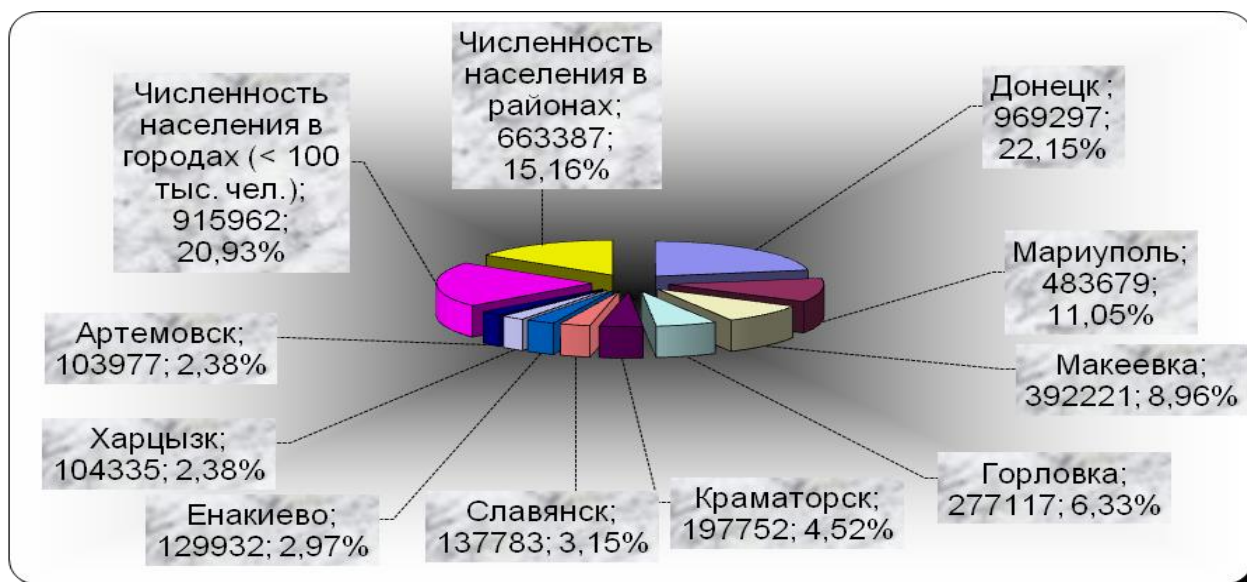


Рисунок 7 - Демографический анализ Донецкой области на 2014 г.

С этой целью был использован PEST-анализ, который позволил выявить не только позитивную сторону формирования и развития рекреационного комплекса (РК), но и имеющие место негативные факторы, т.е. нанесшие ущерб РК ДНР и продолжающие его разрушать (рисунок 8). Установлено, что для Донецкой Народной Республики в настоящее время наиболее существенными являются происходящие политические события, которые влияют на все сферы жизни: экономику, социальную сферу, производство, информационное пространство.

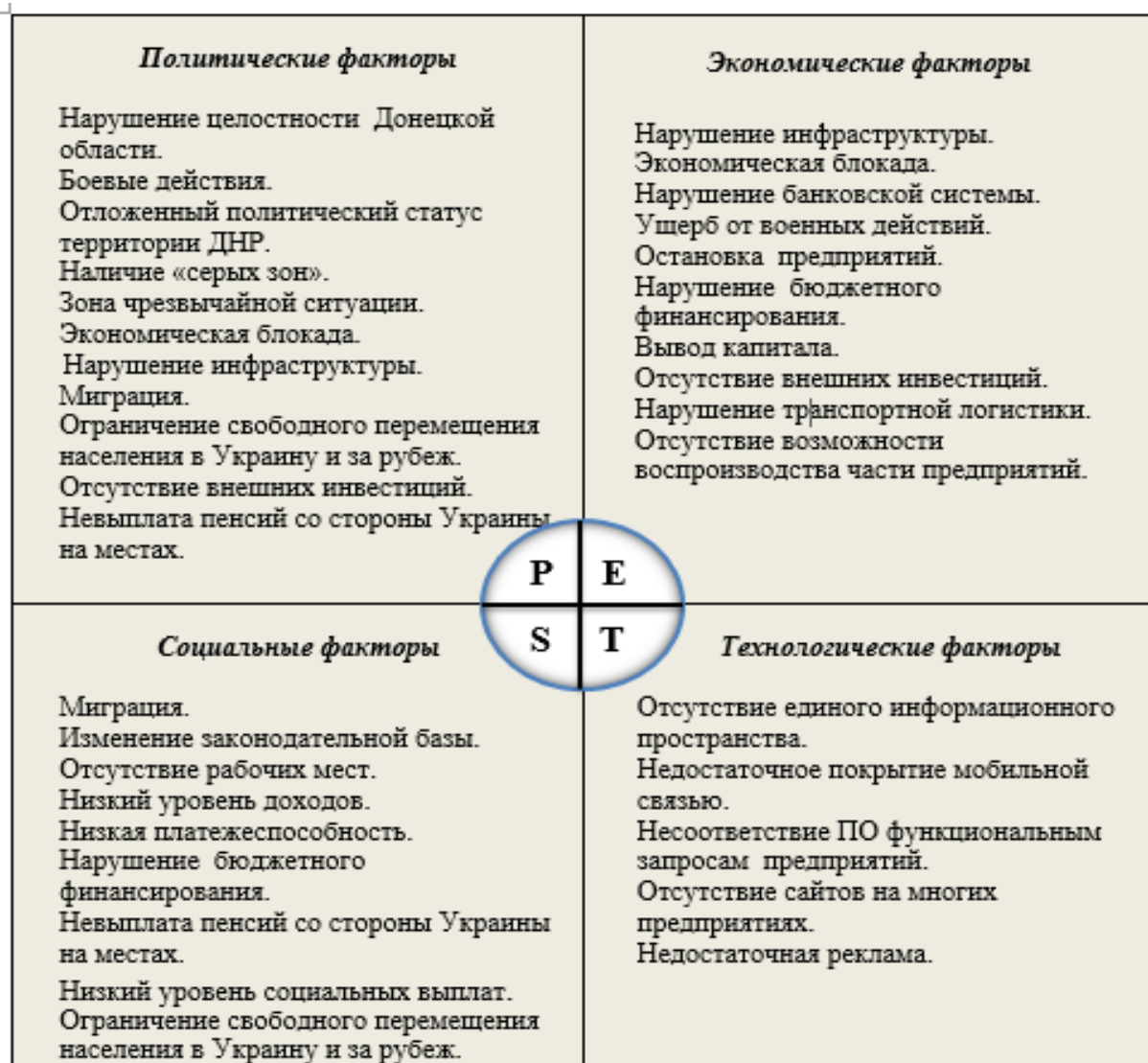


Рисунок 8 – PEST-анализ рекреационного комплекса ДНР

В систему потенциалов, в контексте данного научного исследования, введены: экономический (определяет цели устойчивого развития рекреации, возможности расширенного воспроизводства полезных элементов и их свойств); организационный (структурный потенциал, определяющий иерархию системы - связи, роль и место каждой структурной единицы); потенциал функций управления (для обоснования и выбора элементов управляемой и управляющей систем и установления пространственно-временных и причинно-следственных связей между ними); информационный (как связующее звено между рекреантами и сферой услуг; во-первых, с целью определения целевых установок - сбор, анализ, классификация, переработка информации; во-вторых, принятием решений на основе обработанной информации; в-третьих, продвижение рекреационного продукта); природно-ресурсный потенциал (совокупность природных возможностей региона с учетом культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности); экологический потенциал (имеет всеобщий характер и ценность, обуславливает выживание, развитие, существование,

репродукцию, демографическую динамику, то есть, взаимоотношение человека с окружающей средой); историко-культурный потенциал (социокультурная среда региона (язык, традиции, обычаи, вероисповедание, особенности бытовой хозяйственной деятельности; является основой определенных видов рекреационной деятельности); потенциал диверсификации (повышает устойчивость рекреации, как системы в целом к внешним и внутренним деструктивным воздействиям; создает условия для эффективного использования ресурсов); потенциал адаптивности (специфический ресурс и резерв для управления рекреацией; повышает устойчивость к воздействию деструктивных факторов; от полноты адаптации зависит уровень функционирования и дальнейшего развития рекреации).

Изучение методологии и методов в маркетинговой рекреационной деятельности проведены с целью формирования действенной системы механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом. Отмечено, что современными перспективными направлениями в области теории и методологии экономической науки и необходимым условием развития рекреационного комплекса является проблема исследования рекреационного потенциала, моделирования развития территории с позиции ее уникальности для внедрения инновационных методов и создания услуг, удовлетворяющих рекреационные потребности населения и нерезидентов.

Сформированная система потенциалов позволила выделить основные детерминанты развития Донецкой Народной Республики, как основополагающие в формировании имиджа государства (рисунок 9).

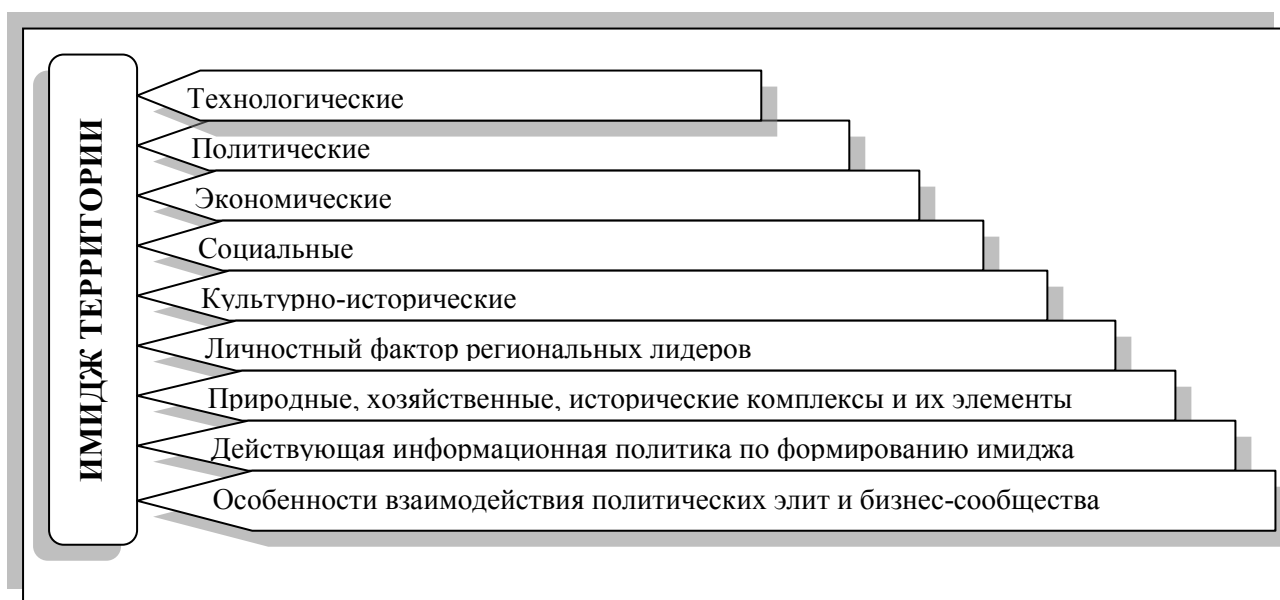
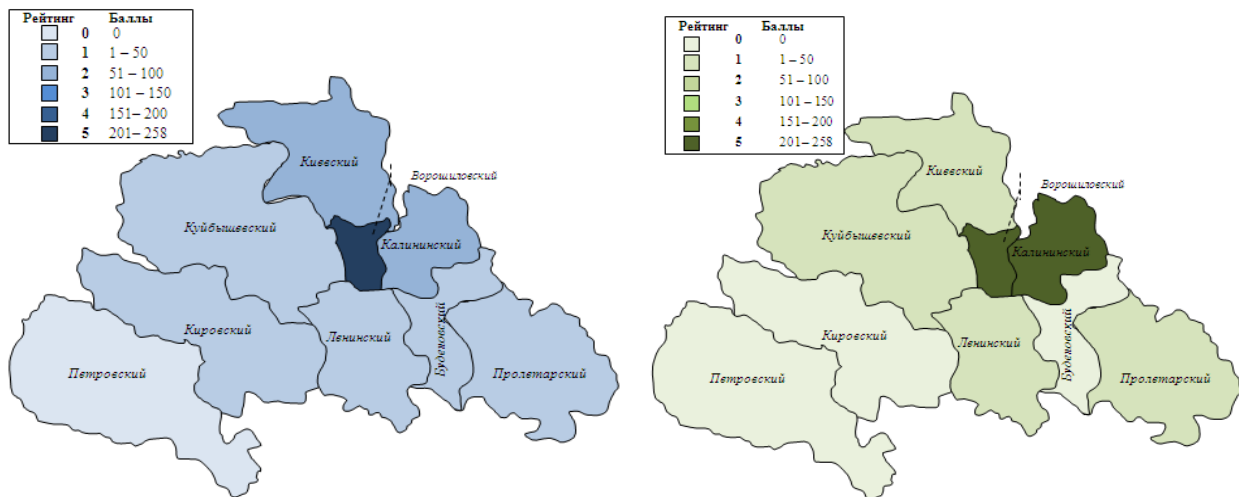


Рисунок 9 - Основные детерминанты формирования имиджа территории

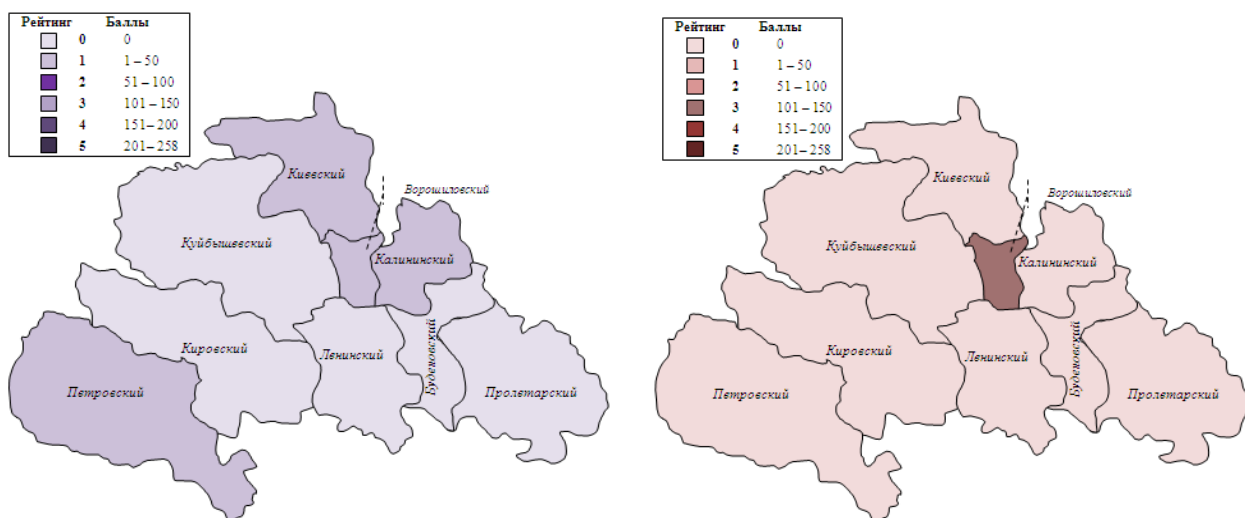
Проведенный контент-анализ в области рекреологии позволил констатировать необходимость формирования геомаркетинговой системы, позволяющей оценивать привлекательность территории в отношении рекреационных объектов (по четырем группам рекреационных ресурсов:

социокультурным, природно-рекреационным, культурно-историческим и научно-образовательным) (рисунок 10) и решать учетные, аналитические и маркетинговые задачи дальнейшего развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики.



Рейтинг районов г. Донецка на основе геомаркетинговой оценки привлекательности социокультурных рекреационных ресурсов

Рейтинг районов г. Донецка на основе геомаркетинговой оценки привлекательности природно-рекреационных ресурсов



Рейтинг районов г. Донецка на основе геомаркетинговой оценки привлекательности культурно-исторических ресурсов

Рейтинг районов г. Донецка на основе геомаркетинговой оценки привлекательности научно-образовательных ресурсов

Рисунок 10 - Рейтинги геомаркетинговой привлекательности районов г. Донецка (согласно значений геомаркетинговых индикаторов, шкальная система оценки).

Использование наиболее эффективного геомаркетингового механизма и инструментария для четырёх групп рекреационных ресурсов (социокультурные, природно-рекреационные, культурно-исторические и научно-образовательные) которые позволило определить количественный

состав этих ресурсов и выявить степень концентрации по районам г. Донецка (рисунок 11).

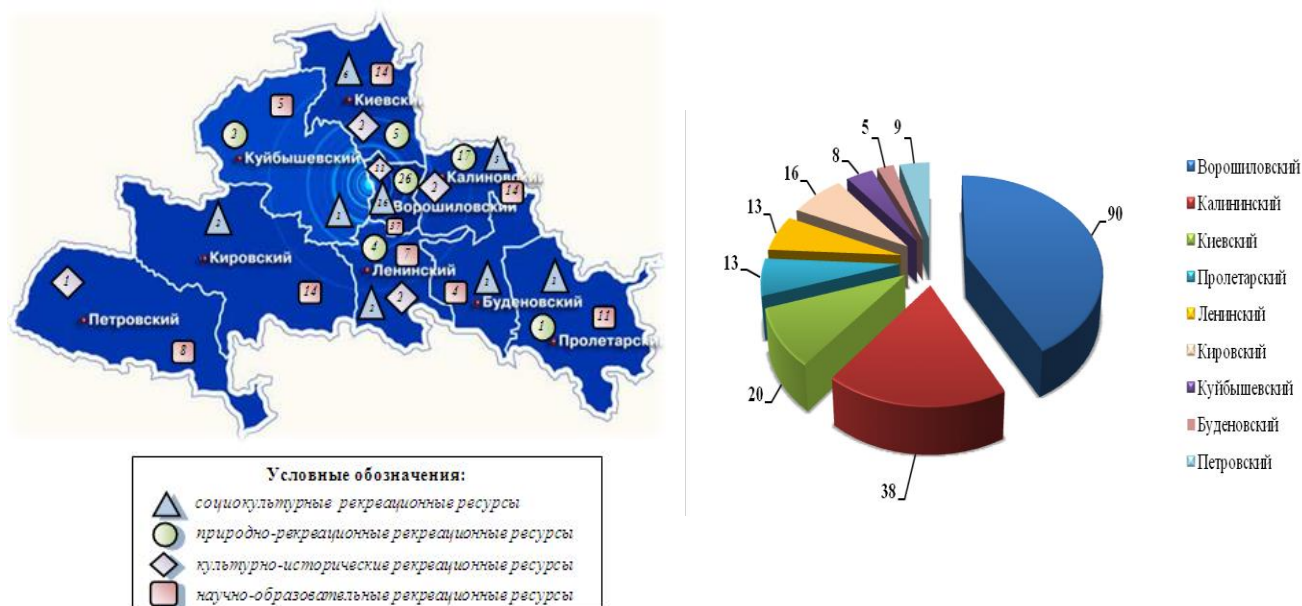


Рисунок 11 - Географическая информационная система рекреационных ресурсов г. Донецка

Это, в свою очередь, легло в основу разработки геомаркетинговой информационной системы рекреационных ресурсов г. Донецка и их количественной оценки (рисунки 12; 13; 14) и (процессной) структурной модели управления маркетинго-ориентированного рекреационного комплекса (рисунок 15).

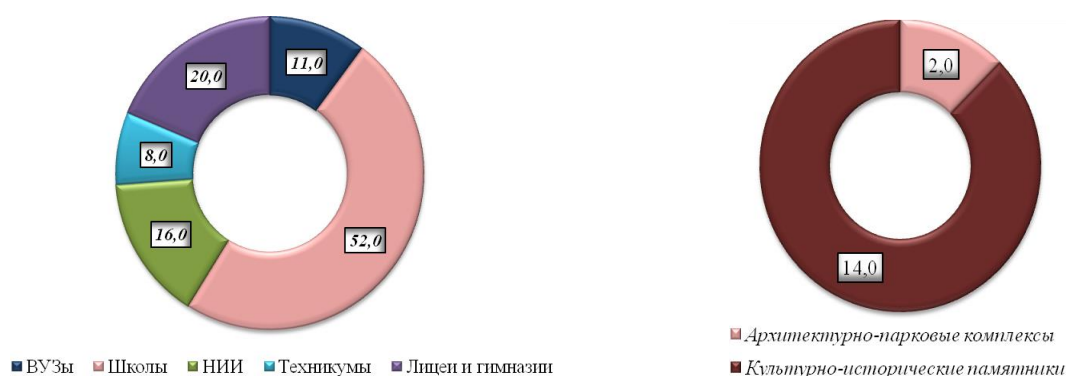


Рисунок 12 - Структура научно-образовательных и культурно-исторических ресурсов г. Донецка

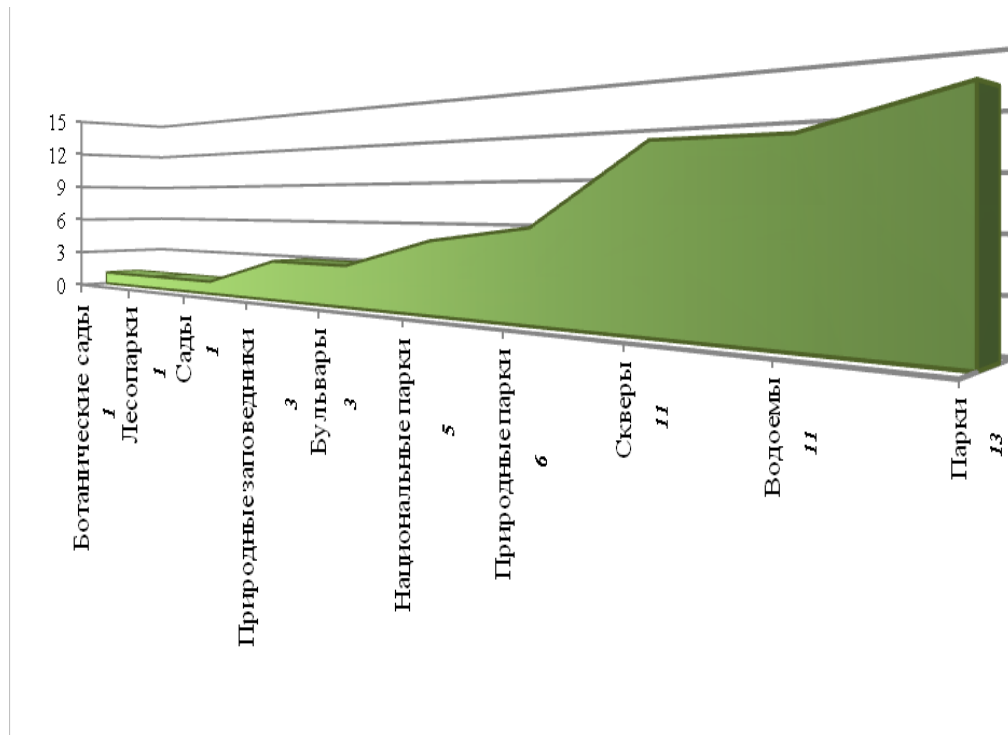


Рисунок 13 - Структура природно-рекреационных ресурсов г. Донецка

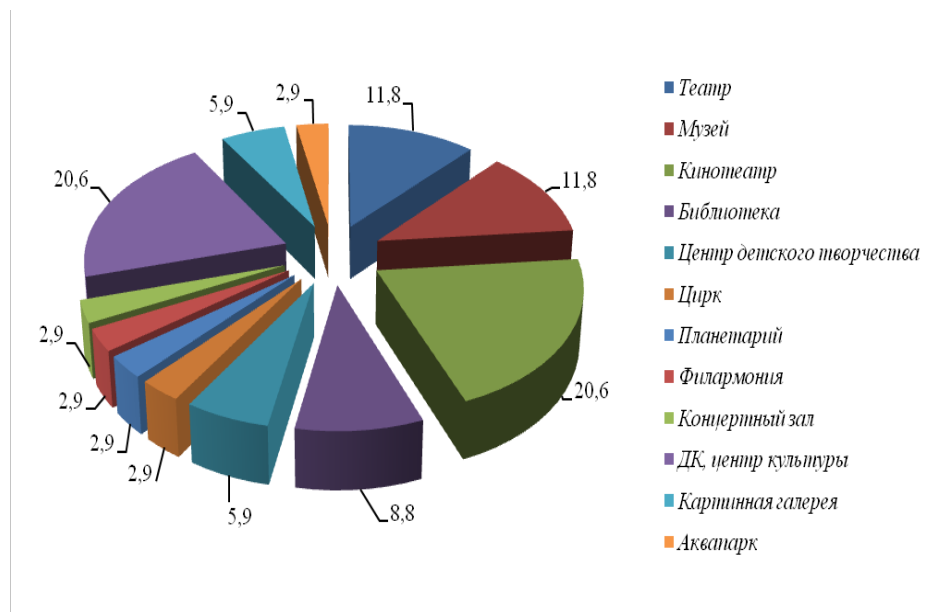


Рисунок 14 - Структура социокультурных ресурсов г. Донецка

В диссертации предложен усовершенствованный научно-методический подход к геомаркетинговой оценке привлекательности рекреационных ресурсов, который в отличие от существующих, основывается на построении географических информационных систем рекреационных ресурсов на основе интегрирования соответствующих каждому из них тематических слоев.

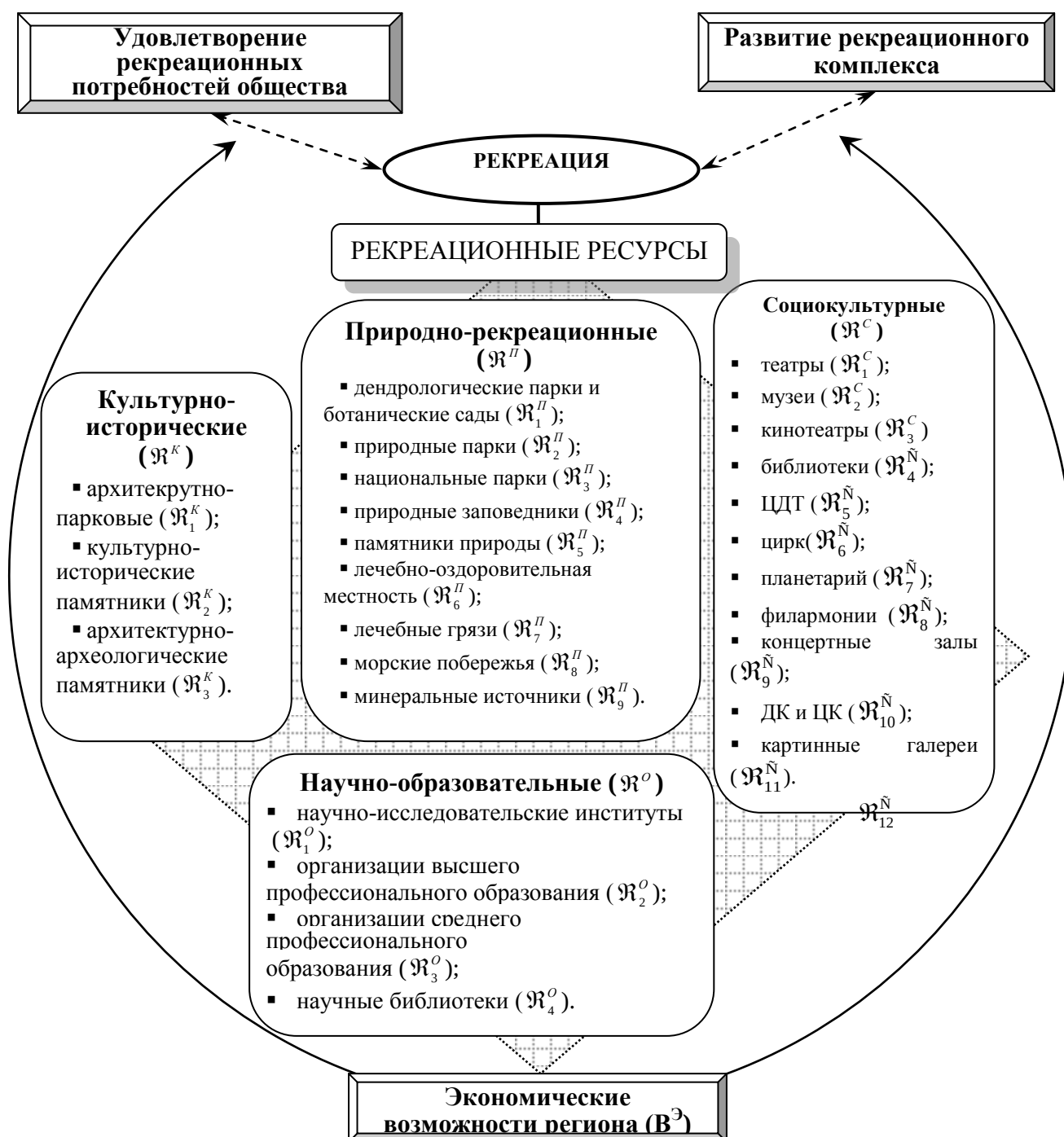


Рисунок 15 - Структурная модель рекреационных ресурсов рекреационного комплекса

Выбранный научный инструментарий позволяет определить рейтинг привлекательности отдельных районов по видам рекреационных ресурсов, что создает возможность определения в целом перспективных направлений развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики.

Третья глава диссертации «**Формирование системы управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики**» посвящена изучению фундаментальных основ формирования и направления развития рекреации; формированию базы данных маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом и разработке системы поддержки

принятия решений в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом. Глобализация экономики и научно-технический прогресс обусловили взаимное проникновение информационных технологий (рисунок 16) в маркетинго-ориентированное управление предприятиями рекреационного комплекса.

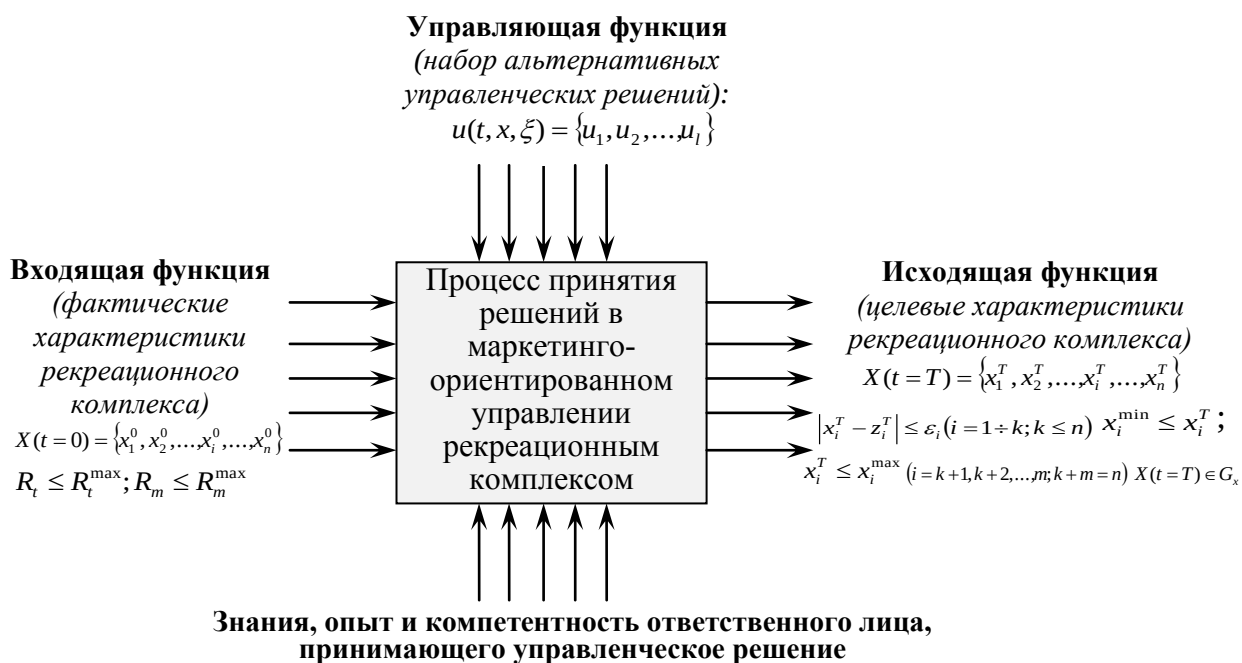


Рисунок 16 – Процессная модель процесса разработки стратегических решений в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом

Условные обозначения:

x_i^0, x_i^T – i -е количественные и качественные характеристики фактического и целевого состояния рекреационного комплекса, соответственно, в начальный ($t=0$) и в конечный (T -й) моменты времени; R_t, R_m – затраты, соответственно, времени (t) и рекреационных ресурсов (m), необходимые для обеспечения качественного перехода рекреационного комплекса из фактического состояния $X(t=0)$ в желаемое состояние $X(t=T)$; $R_t^{\max}, R_m^{\max}$ – объемы, соответственно, времени (t) и ресурсов (m) рекреационного комплекса которые могут быть использованы для его перехода из начального состояния $X(t=0)$ в желаемое состояние $X(t=T)$; $u_1, u_2, \dots, u_l$ – набор альтернативных управленческих решений; x – фактическое состояние рекреационного комплекса; t – время; ξ – факторы взаимодействия, обуславливающих необходимость осуществления изменений; z_i^T – i -е плановые значения характеристик состояния рекреационного комплекса в конечный (T -й) момент времени ($i = 1 \text{ ч } k$); ε_i – допустимое отклонение достигнутых в конечный (T -й) момент времени значений переменных (x_i^T) от их плановых значений (z_i^T) по всем i -м параметрам рекреационного комплекса ($i = 1 \text{ ч } k$); $x_i^{\min}, x_i^{\max}$ – соответственно нижняя и верхняя границы интервала допустимых параметров состояния рекреационного комплекса в конечный момент времени по остальным i -м характеристикам, значения которых не запланированы; G_x – множество возможных состояний рекреационного комплекса в конечный момент времени (фазовое пространство).

Процесс принятия оптимального решения в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом связан с обработкой большого количества разнообразной информации и разработанная инфологическая модель базы данных рекреационного комплекса, объединяющая справочники всех структурных подразделений с причинно-следственными связями, является стратегическим инструментальным средством в области принятия управленческих решений, совершенствования рекреационных услуг и создании единого информационного пространства рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики.

В диссертации предложена формализованная модель процесса выработки управленческих решений, сущность и назначение которой заключается в поиске управляющей функции, обеспечивающей достижение поставленной цели путем принятия решения относительно маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом при ресурсных и фазовых ограничениях (рисунок 17). Практическая значимость разработанной формализованной модели процесса разработки управленческих решений состоит в возможности учета ключевых параметров и приоритетных альтернатив в управлении рекреационным комплексом при обосновании комплекса маркетинговых мероприятий. Процесс принятия оптимального решения в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом связан с обработкой большого количества разнообразной информации, а разработанная авторская инфологическая модель базы данных рекреационного комплекса, объединяющая справочники всех структурных подразделений с причинно-следственными связями, является стратегическим инструментарием в области принятия управленческих решений относительно совершенствования рекреационных услуг и создании единого информационного пространства рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики. Информационно-аналитическая поддержка, осуществляемая данным комплексом, позволяет предприятию рекреационного комплекса решать все задачи - от стратегического уровня до оперативного.

Поскольку, в силу объективных причин, специалисты предприятий, предоставляющих рекреационные услуги имеют разный уровень компетенций, принцип формирования и развития уровня знаний сотрудников строится, после проведенного анализа уровня каждой из компетенций (согласно объективных данных), в направлениях: получение второго высшего образования; курсы повышения квалификации; посещение мастер-классов; стажировка на дочерних предприятиях; самостоятельное изучение формализованных знаний о данной предметной области и возможные другие направления (рисунок 18).



Рисунок 17 - Систематизация механизмов маркетингово-ориентированного управления рекреационным комплексом

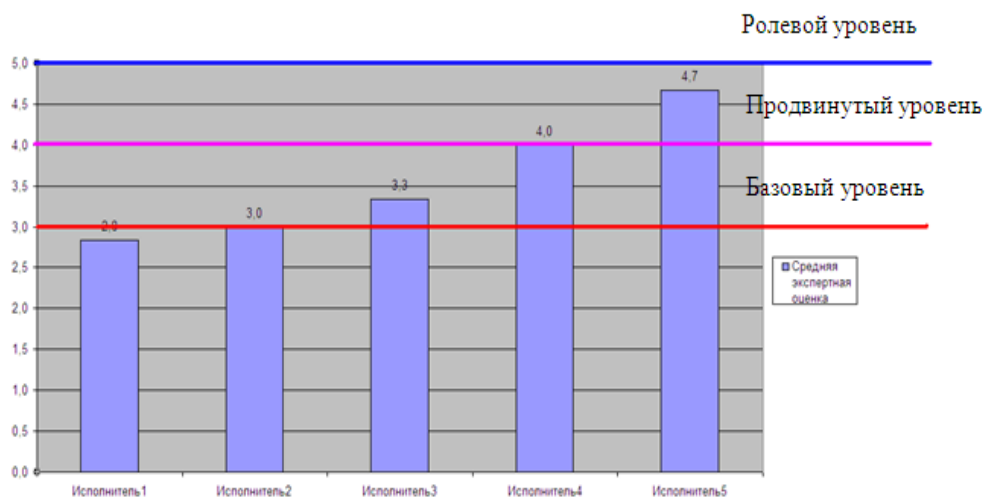


Рисунок 18 - Оценка уровня компетентности специалистов предприятия рекреационной сферы

Анализ результатов экспертных оценок уровня компетентности специалистов предприятия рекреационной сферы показал стремление специалистов предприятия рекреационной сферы ДНР повышать систематически уровень своей компетентности.

В четвёртой главе диссертации **«Иноватика в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом»** выделены ключевые элементы и детерминанты рекреационного комплекса и предложены инновационные подходы к его развитию; изучены вопросы управления знаниями в системе обеспечения рекреационными услугами; разработана интегрированная модель оценки уровня инновационности рекреационных услуг.

Основными индикаторами, определяющими имидж рекреационной территории, являются: рекреационные ресурсы, репутация, социальная атмосфера, информационное обеспечение, айдентика, инфраструктура, степень поддержки региональными органами власти проектов, которые реализуются на территории, объем и качество услуг, предоставляемых территориальным образованием. Такой подход позволяет говорить о территориальной индивидуальности, которая определяется объективными особенностями, высоким уровнем развития, что в совокупности способствует обеспечению высокого уровня лояльности потребителей рекреационного продукта, и, как результат, обеспечивает развитие конкурентных преимуществ рекреационного комплекса. Данный тезис отражен в модели формирования конкурентных преимуществ рекреационного комплекса (рисунок 19), где акцент явно сделан на корреляции интересов органов власти и различных потребителей регионального продукта (резидентов, бизнес-сообщества, посетителей, инвесторов и экспортеров).

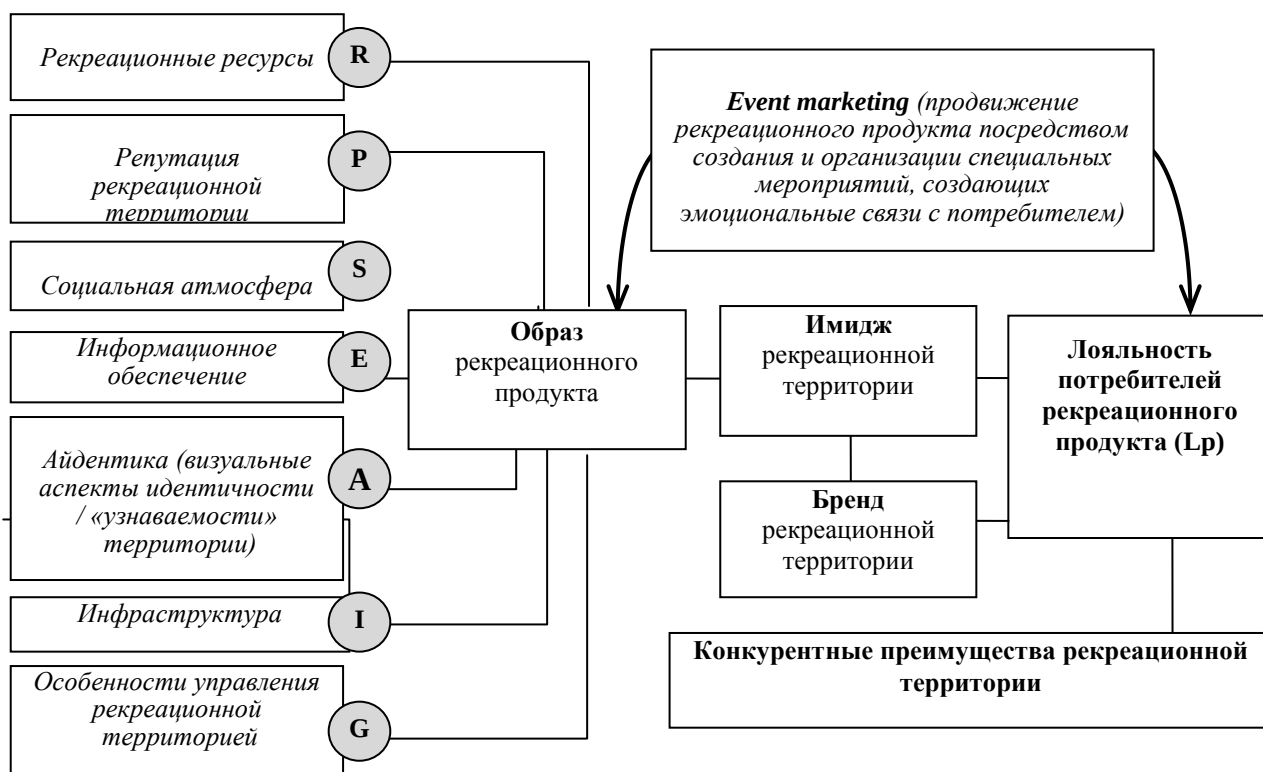


Рисунок 19 - Модель формирования конкурентных преимуществ рекреационного комплекса

Основным назначением системы маркетинга рекреационного комплекса является обеспечение обоснования решений по эффективному использованию потенциала рекреационных территорий соответствующими предприятиями рекреационной сферы с целью удовлетворения потребностей населения в рекреационных услугах, при этом важным элементом является оценка лояльности потребителей рекреационного продукта (L_p) (рисунок 20).

Сложный характер рекреационных услуг неизбежно затрагивает множество различных субъектов и направлений, создавая пространство для новаторских сочетаний потребительских ценностей и приоритетов, а также способствует расширению возможностей привлечения новых клиентов и достижению интеграции используемых ресурсов. Исследование данной проблематики рекреационных услуг показало, что инновации часто рассматриваются как технологические инновации, которые могут быть инновационными в той степени, в которой они интегрированы с новыми технологиями. В данном контексте заслуживает внимания «четырехмерная модель инновационности услуг», которая отражает идею инноваций услуг в экономике, основанной на знаниях.

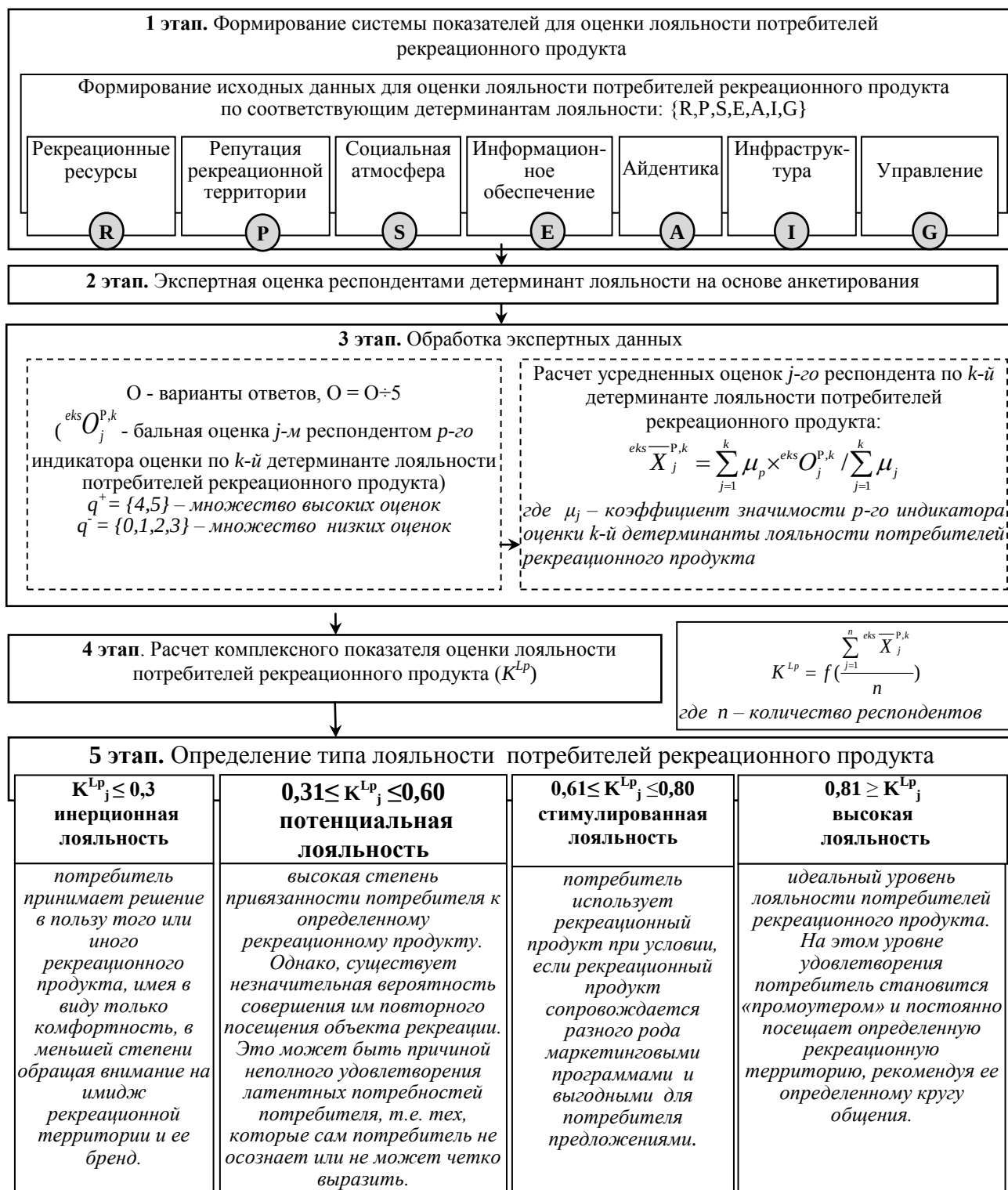


Рисунок 20 - Структурно-логическая последовательность этапов определения уровня лояльности потребителей рекреационного продукта

Модель состоит из следующих компонентов: концепция сервиса (С), ориентированного на потребителя, являющаяся новым видом сервиса на рынке рекреационных услуг; клиентский интерфейс (И), который относится к новым способам привлечения клиентов к оказанию рекреационных услуг; система

предоставления рекреационных услуг (U), включающая новые способы предоставления услуг клиентам; технология (T), гарантирующая, что услуги могут быть предоставлены эффективно.

В диссертации внимание акцентировано на использовании кибернетического подхода в маркетинговом управлении знаниями в сфере обеспечения рекреационными услугами при разработке эффективной модели перехода имплицитной формы знаний в эксплицитную форму, геометрической интерпретации массивов формализованных и неформализованных знаний.

Для оценки уровня инновационности рекреационных услуги на первом этапе формируется система показателей по следующим параметрам: инновационность сервиса ($\tilde{I}^C$), инновационность клиентского интерфейса ($\tilde{I}^H$), инновационность системы предоставления рекреационных услуг ($\tilde{I}^U$), инновационность технологий ($\tilde{I}^T$). Система соответствующих индикаторов оценки по каждому из приведенных в сформированной матрице параметров:

$$\begin{pmatrix} C_1 & C_2 & \dots & C_n \\ I_1 & I_2 & \dots & I_n \\ U_1 & U_2 & \dots & U_n \\ T_1 & T_2 & \dots & T_n \end{pmatrix}$$

Динамичный характер системы индикаторов оценки уровня инновационности рекреационной услуги делает возможным, в зависимости от индивидуальных особенностей предприятия рекреационной сферы, ее модифицировать с учетом взаимосвязи ключевых элементов инновационности рекреационных услуг, клиентского интерфейса, системы предоставления рекреационных услуг, технологий и их интеграция в единое целое (рисунок 21). В теории и практике хозяйствования и предоставления услуг, большое социально-экономическое значение имеет крайне обширная рекреационная сфера, являясь одновременно специфическим и достаточно сложным объектом управления. По данным ВТО только от международного туризма за последние двадцать лет в среднем на 9% в год растут доходы.

Безусловно, прямое воздействие на экономику оказывают знания, а ключом к организации эффективности работы предприятий в постоянно меняющихся экономических, технологических, политических и социальных условиях является управление знаниями, в основе которого находятся существующие межнаучные связи развития рекреационного комплекса во взаимосвязи и взаимозависимости.

Разработанная интегрированная модель оценки уровня инновационности рекреационной услуги демонстрирует эффект синергии.

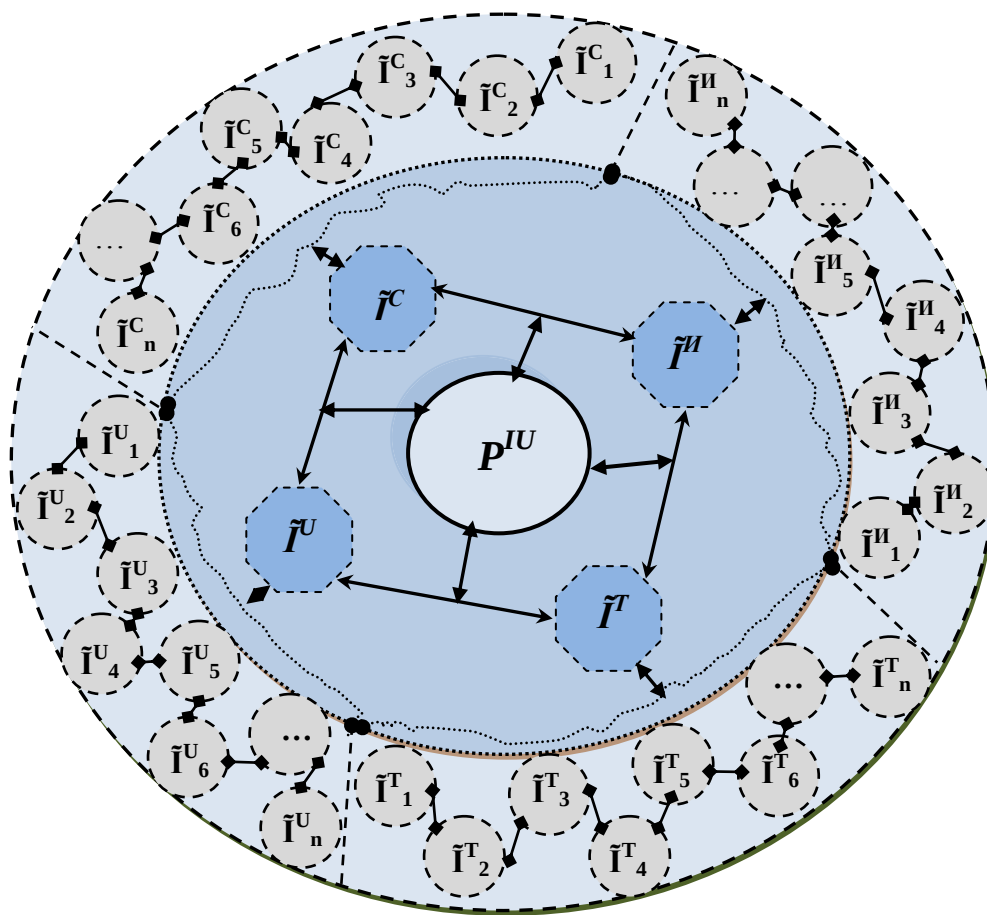


Рисунок 21 - Интегрированная модель (СИУТ) оценки уровня инновационности рекреационной услуги

Индикаторы оценки инновационности рекреационной услуги настолько тесно взаимосвязаны, что совершенствование одного индикатора автоматически приводит к совершенствованию в других параметрах, соответственно обеспечивая повышение общего уровня инновационности рекреационной услуги.

В пятой главе диссертации «**Моделирование маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики**» разработаны концепция и концептуальная модель маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом; методология оценки уровня потенциала рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики и сформирована модель маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики.

На примере отдельных областей Российской Федерации (использован матричный метод приоритетности факторов) сформирована модель мультипликативных эффектов в деятельности предприятий рекреационного комплекса (таблица 2). Для Донецкой Народной Республики ввиду отсутствия должной статистической информационной базы, такая разработка не оказалась возможной.

Таблица 2 – Рейтинг факторов по степени влияния на мультипликатор по областям Российской Федерации

Показатель-фактор	Усл. обозначения	Ростовская область			Белгородская область			Курская область			Воронежская область			Саратовская область		
		сумма отклонений коэффициентов и сравнение i-го фактора	доля влияния отдельного фактора на мультипликатор	Рейтинг фактора	сумма отклонений коэффициентов и сравнение i-го фактора	доля влияния отдельного фактора на мультипликатор	Рейтинг фактора	сумма отклонений коэффициентов и сравнение i-го фактора	доля влияния отдельного фактора на мультипликатор	Рейтинг фактора	сумма отклонений коэффициентов и сравнение i-го фактора	доля влияния отдельного фактора на мультипликатор	Рейтинг фактора	сумма отклонений коэффициентов и сравнение i-го фактора	доля влияния отдельного фактора на мультипликатор	Рейтинг фактора
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.	X ₁	-	-	-	-	-	-	374,6	0,14	5	924,4	0,02	3	-	-	-
Индекс потребительских цен на товары и платные услуги населению, декабрь в % к декабрю предыдущего года	X ₂	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Оборот розничной торговли, млн. руб.	X ₃	4233,5	2,15	3	36,7	0,01	4	942	0,35	4	1494,1	0,03	2	-	-	-
Оборот общественного питания, млрд. руб.	X ₄	178,9	0,09	4	144272,2	42,19	1	260,1	0,10	6	-	-	-	259,6	0,02	3
Среднедушевые ден. доходы населения (в месяц), руб.	X ₅	-	-	-	-	-	-	128453,7	47,58	2	-	-	-	-	-	-
Введено в эксплуатацию общей площади жилых домов всего, тыс. кв. метров	X ₆	-	-	-	-	-	-	7788	2,88	3	-	-	-	-	-	-
Численность населения, чел.	X ₇	-	-	-	-	-	-	-	-	-	515804	99,95	1	-	-	-
Среднемесячная начисленная з/п работников предприятий и организаций, руб.	X ₈	13580,6	69,08	1	137359,7	40,17	2	132160	48,95	1	-	-	-	11722	95,50	1
Среднегодовой размер назначенных месячных пенсий, руб.	X ₉	56373	28,68	3	60256,5	17,62	3	-	-	-	-	-	-	54928,1	4,47	2
Всего		196586	-	-	341925,1	-	-	269978	-	-	516043	-	-	12279	-	-

На значимость фактора в формировании мультипликативного эффекта от туристско-рекреационной деятельности указывает матрица приоритетности факторов формирования модели мультипликатора (таблица 3) по областям Российской Федерации.

Таблица 3 – Матрица приоритетности факторов формирования модели мультипликатора по областям Российской Федерации

	X_1^*	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9
Ростовская									
Белгородская									
Курская									
Воронежская									
Саратовская									

* - влияние фактора на мультипликатор существенное

- фактор не оказывает влияния на мультипликатор

В диссертации разработаны экономико-математические модели мультипликатора для пяти областей Российской Федерации, наиболее близко территориально расположенных к Донецкой Народной Республике (таблица 4).

Таблица 4 – Экономико-математические модели мультипликатора для областей Российской Федерации

Область	Модель мультипликатора	Значение мультипликатора, коэф.
Ростовская	$y_{X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9} = 1413 \cdot \left[1 + 0,032 \cdot \left(d_{\frac{X_3}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_4}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_5}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_6}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_7}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_8}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_9}{X_{\min}} - 1} \right) \right]$	1,13
Белгородская	$y_{X_3, X_4, X_6, X_8, X_9} = 811 \cdot \left[1 + 0,011 \cdot \left(d_{\frac{X_3}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_4}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_6}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_8}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_9}{X_{\min}} - 1} \right) \right]$	1,08
Курская	$y_{X_1, X_3, X_4, X_5, X_6, X_8} = 38,1 \cdot \left[1 + 0,001 \cdot \left(d_{\frac{X_1}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_3}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_4}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_5}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_6}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_8}{X_{\min}} - 1} \right) \right]$	1,04
Воронежская	$y_{X_1, X_3, X_7} = 959,6 \cdot \left[1 + 0,0005 \cdot \left(d_{\frac{X_1}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_3}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_7}{X_{\min}} - 1} \right) \right]$	1,02
Саратовская	$y_{X_1, X_2, X_4, X_5} = 6,7 \cdot \left[1 + 0,0002 \cdot \left(d_{\frac{X_1}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_2}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_4}{X_{\min}} - 1} + d_{\frac{X_5}{X_{\min}} - 1} \right) \right]$	1,01

Условные обозначения:

X_1 - инвестиции в основной капитал, млн. руб.; X_2 - индекс потребительских цен на товары и платные услуги населению, декабрь в % к декабрю предыдущего года; X_3 - оборот розничной торговли, млн. руб.; X_4 - оборот общественного питания, млрд. руб.; X_5 - среднедушевые денежные доходы населения (в месяц), руб.; X_6 - введено в эксплуатацию общей площади жилых домов всего, тыс. кв. метров; X_7 - численность населения, чел.; X_8 - среднемесячная начисленная заработная плата работников предприятий и организаций, руб.; X_9 - среднегодовой размер назначенных месячных пенсий, рублей

В диссертационной работе разработана концепция маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом, которая визуализирована в виде модели (рисунок 22).

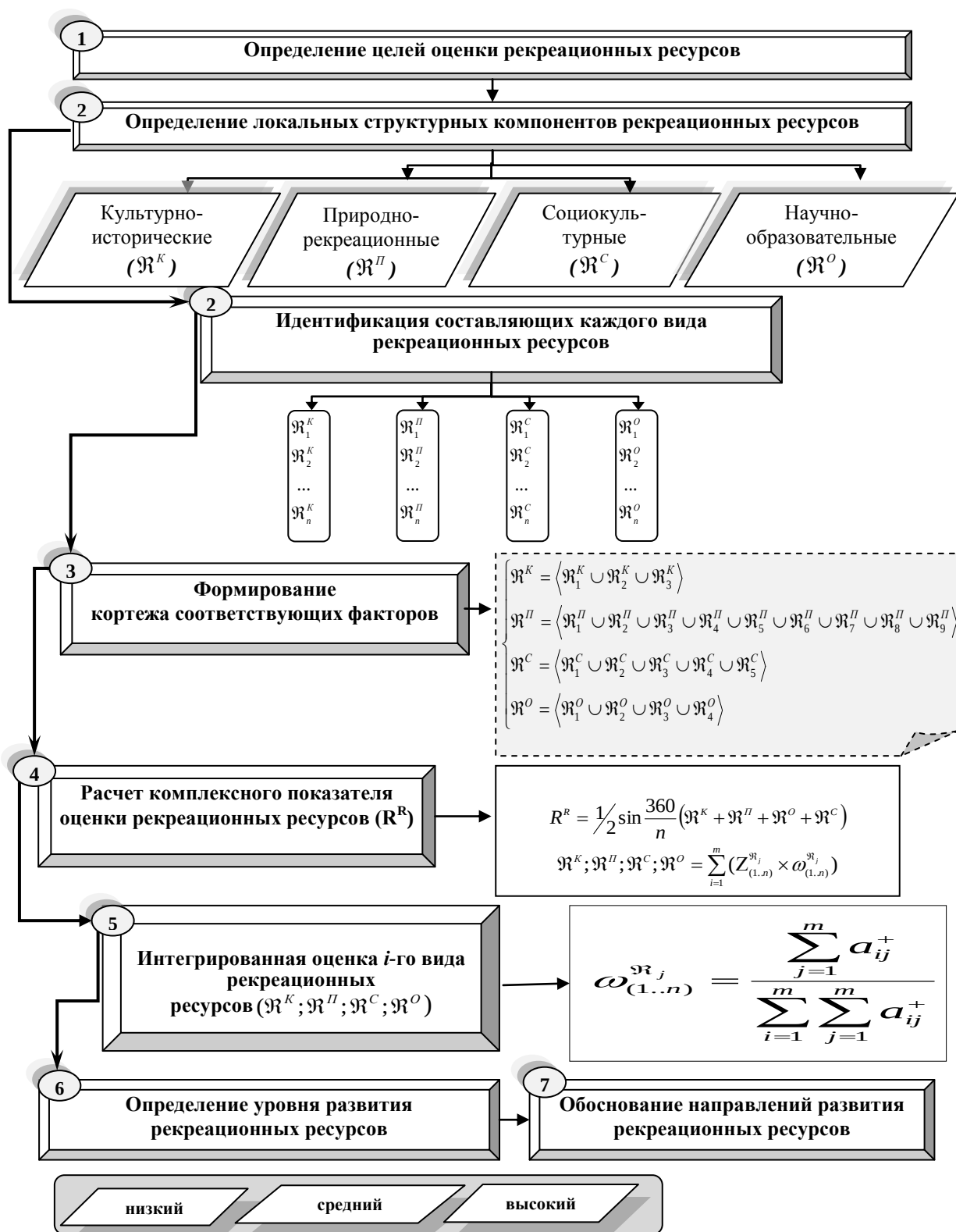


Рисунок 22 - Концептуальная модель развития рекреационного комплекса

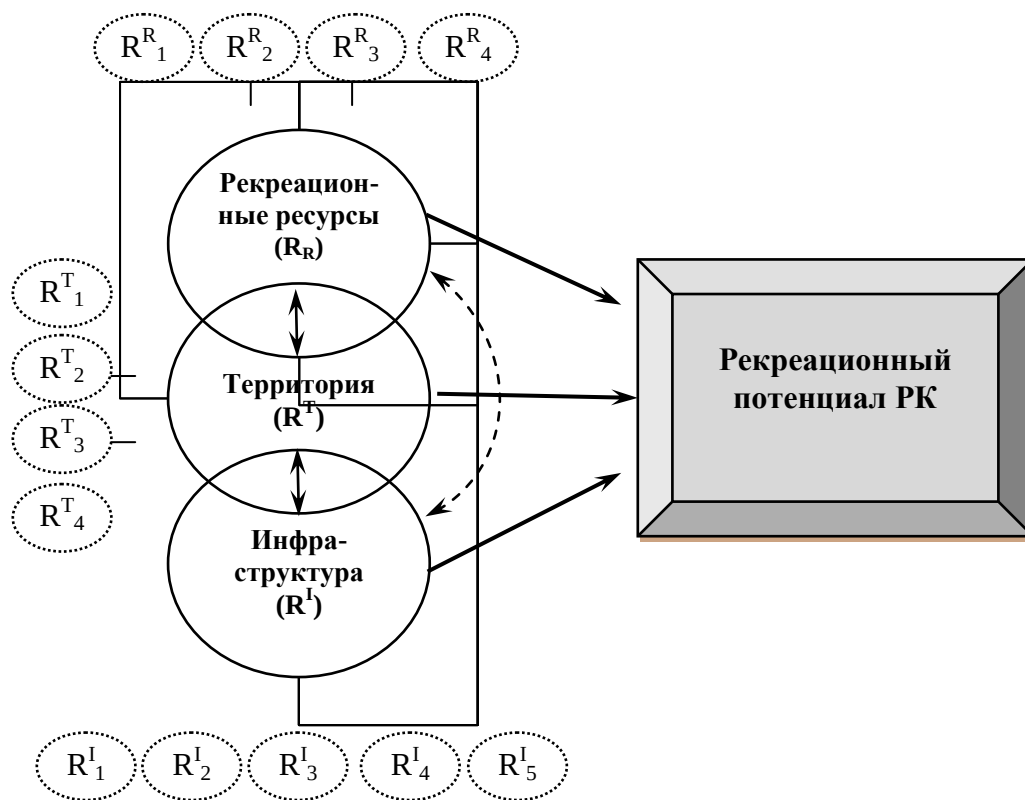
Для социально-экономического, культурно-исторического развития любого государства, в том числе и непризнанного де-юре, такого как Донецкая Народная Республика, с высокой урбанизацией и сложной экологической обстановкой, необходимо функционирование рекреационного комплекса, что требует применения маркетинговых инструментов, т.к. все динамические процессы регионов, имеют территориальную направленность.

Для стратегического направления развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики необходимо одновременно определить уровень использования рекреационных ресурсов, рекреационную емкость территории и оценить рекреационную инфраструктуру. Разработанный методический инструментарий комплексной оценки уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса, использован при изучении структурных элементов рекреационного потенциала и факторов-активаторов, оказывающих прямое и косвенное воздействие на развитие рекреационного комплекса.

Учитывая авторский подход к пониманию сущности рекреационного потенциала РК, его ключевыми структурными элементами являются: рекреационные ресурсы (R^R), территория (R^T) и инфраструктура (R^I). Так, главной составной частью рекреационного потенциала являются рекреационные ресурсы: социокультурные (R^R_1), природно-рекреационные (R^R_2), культурно-исторические (R^R_3), научно-образовательные ресурсы (R^R_4), «которые во многом являются векторными составляющими развития рекреационной сферы направленными на удовлетворение рекреационных потребностей» (рисунок 23).

Важным структурным компонентом рекреационного потенциала является также территория, основными характеристиками которой являются: общая площадь рекреационной территории (R^T_1), количество рекреационных объектов (R^T_2), месторасположение объекта рекреации в системе расселения (R^T_3) и транспортная доступность рекреационных объектов (R^T_4).

Как один из ключевых компонентов формирующих рекреационный потенциал следует отметить также инфраструктуру, основными характеристиками которой, на наш взгляд, являются: уровень развития транспортно-коммуникационных связей в регионе (R^I_1), средняя пропускная способность рекреационных объектов (R^I_2), уровень условий отдыха (R^I_3), средняя продолжительность отдыха (R^I_3), уровень обеспеченности профильными функциональными объектами (R^I_4), уровень развитости объектов сервисной инфраструктуры (R^I_5).



Условные обозначения:

рекреационные ресурсы: социокультурные (R^R_1), природно-рекреационные (R^R_2), культурно-исторические (R^R_3), научно-образовательные ресурсов (R^R_4); **территория:** общая площадь рекреационной территории (R^T_1), количество рекреационных объектов (R^T_2), месторасположение объекта рекреации в системе расселения (R^T_3) и транспортная доступность рекреационных объектов (R^T_4); **инфраструктура:** уровень развития транспортно-коммуникационных связей в регионе (R^I_1), средняя пропускная способность рекреационных объектов (R^I_2), уровень условий отдыха (R^I_3), средняя продолжительность отдыха (R^I_3), уровень обеспеченности профильными функциональными объектами (R^I_4), уровень развитости объектов сервисной инфраструктуры (R^I_5).

Рисунок 23 - Структура рекреационного потенциала рекреационного комплекса

Исследованием установлено, что существенное влияние на развитие рекреационного потенциала рекреационного комплекса оказывают ряд факторов-активаторов (или деактиваторов), к которым отнесено: региональную политику в области поддержки и развития рекреации (CA^R_1); уровень развития стимулирующего института эффективного использования рекреационных ресурсов (CA^R_2); предпринимательская активность в регионе (CA^R_3); уровень развития конкуренции (A^R_3); инвестиционный климат в регионе (CA^R_4); уровень реальных доходов населения рекреационного комплекса (CA^R_5); производительные возможности работников, основанные на их здоровье и физическом состоянии (CA^R_6); ценность и уникальность рекреационных ресурсов региона (CA^R_7); имидж рекреационных ресурсов рекреационного комплекса (CA^R_8); активность рекламно-информационной деятельности относительно рекреационных ресурсов рекреационного комплекса (CA^R_9); уровень безопасности на объектах рекреационной инфраструктуры (CA^R_{10});

уровень информатизации об экологической обстановке в рекреационном комплексе (CA_{11}^R); другие факторы (CA_n^R).

Оценка рекреационного потенциала с позиции предложенного интегрированного подхода осуществляется в соответствии предлагаемой графической модели (рисунок 24).



CA_i^K - факторы-активаторы (деактиваторы) развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса: региональная политика в области поддержки и развития рекреации (CA_1^R), уровень развития стимулирующего института эффективного использования рекреационных ресурсов (CA_2^R), предпринимательская активность в регионе (CA_3^R), уровень развития конкуренции (CA_3^R), инвестиционный климат в регионе (CA_4^R), уровень реальных доходов населения рекреационного комплекса (CA_5^R), производительные возможности работников, основанные на их здоровье и физическом состоянии (CA_6^R), ценность и уникальность рекреационных ресурсов региона (CA_7^R), имидж рекреационных ресурсов рекреационного комплекса (CA_8^R), активность рекламно-информационной деятельности относительно рекреационных ресурсов рекреационного комплекса (CA_9^R), уровень безопасности на объектах рекреационной инфраструктуры (CA_{10}^R), уровень информатизации об экологической обстановке в рекреационном комплексе (CA_{11}^R), другие факторы (CA_n^R).

Рисунок 24 - Графическая модель оценки уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса

На основании разработанной графической модели оценки уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса выявлен уровень развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса (РК) определяется по формуле:

$$K_{RP}^r = \frac{1}{3} S_{RP}^t \times CA^R \quad (1)$$

где K_{RP}^r - комплексный показатель уровня развития рекреационного потенциала РК; S_{RP}^r - общая площадь базовой платформы, определяющая

действующее состояние системы управления рекреационным потенциалом РК; CR – высота пирамиды (сила влияния факторов-активаторов).

$$S_{RP}^r = \sqrt{p \times (p-a) \times (p-b) \times (p-c)} \quad (2)$$

где S_{RP}^r – интегральный показатель (площадь базовой платформы), определяющая текущий уровень управления рекреационным потенциалом РК; p – полупериметр базовой платформы;

$$p = (a+b+c)/2 \quad (3)$$

где a, b, c – стороны базовой платформы, характеризующие отдельные составляющие рекреационного потенциала.

$$a = \sqrt{Z^{RR^2} + Z^{RT^2} - 2 \times Z^{RR} \times Z^{RT} \times \cos \alpha} \quad (4)$$

$$b = \sqrt{Z^{RT^2} + Z^{RI^2} - 2 \times Z^{RR} \times Z^{RI} \times \cos \alpha} \quad (5)$$

$$c = \sqrt{Z^{RI^2} + Z^{RR^2} - 2 \times Z^{RI} \times Z^{RR} \times \cos \alpha} \quad (6)$$

где Z^{RR} – комплексная оценка уровня реализации рекреационных ресурсов i -го РК; Z^{RT} – комплексная оценка уровня рекреационной емкости территории i -го РК; Z^{RI} – комплексная оценка уровня развития рекреационной инфраструктуры i -го РК; α – угол между ближайшими комплексными показателями структурных элементов рекреационного потенциала.

$$\alpha = \frac{360^0}{m} \quad (7)$$

где m – количество ключевых структурных элементов рекреационного потенциала РК.

$$Z^{(RR;RT;RI)} = \sqrt{\sum_{j=1}^n \beta_j \times (1 - S_{ij})^2} \quad (8)$$

где $Z^{(RR;RT;RI)}$ – комплексный показатель уровня реализации j -ой составляющей рекреационного потенциала РК, соответственно, рекреационных ресурсов, рекреационной емкости территории и рекреационной инфраструктуры, коэф.; β_j – значимость i -го индикатора оценки j -ой составляющей рекреационного потенциала РК, коэф.; S_{ij} – стандартизированное значение i -го индикатора оценки j -ой составляющей рекреационного потенциала РК, коэф.

$$CA^R = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n FA_i} \quad (9)$$

$$d_i = \exp[-\exp(-f_i)] \quad (10)$$

где FA_i – значение i -го фактора-активатора (определяется на основе экспертной оценки); n – количество факторов-активаторов, влияющих на формирование рекреационного потенциала РК; $\exp$ – принятое значение экспоненты; d_i – частная функция желательности, определяемая в соответствии со шкалой Харрингтона; f_i – стандартизированное значение силы воздействия k -го фактора-активатора на формирование рекреационного потенциала РК.

Апробация научно-методического подхода к определению уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики составляет 0,54, что согласно шкале определения уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса (0÷1) свидетельствует о среднем уровне развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса Республики.

С целью общей оценки структуры рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики сформирована аналитическая таблица (таблица 5), в которой обобщены данные по территориальному размещению рекреационных ресурсов.

Таблица 5 – Структура территориального размещения рекреационных ресурсов Донецкой народной Республики в 2018 году, %

Виды рекреационных ресурсов	Донецкая Народная Республика, всего		в том числе:								
	количество рекреационных объектов	Структура, %	г. Донецк	административные районы Донецкой Народной Республики							
				Амвросиевский	Новоазовский	Старобешевский	Тельмановский	Шахтёрский	Ясиноватский	Марьинский	Волновехский
Социокультурные	157	18,05	16,04	20,91	8,82	21,57	22,73	16,67	30,88	20,35	12,05
Природно-рекреационные	189	21,72	25,94	16,36	35,29	33,33	31,82	34,72	19,12	15,93	10,24
Культурно-исторические	141	16,21	7,55	27,27	38,24	-	2,27	2,78	-	10,62	40,36
Научно-образовательные	383	44,02	50,47	35,45	17,65	45,10	43,18	45,83	50,00	53,10	37,35
Всего	870	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Общая структура рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики представлена на рисунке 25.

Обобщающие результаты расчетов значений геомаркетинговых индикаторов привлекательности рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики представлены дали возможность геомаркетинговой оценки рекреационных ресурсов (таблица 6).

Таблица 6 – Результаты расчетов значений геомаркетинговых индикаторов привлекательности рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики

Рекреационные ресурсы	г. Донецк	Административные районы Донецкой Народной Республики							
		Амвросиевский	Новоазовский	Старобешевский	Тельмановский	Шахтёрский	Ясиноватский	Марьинский	Волновихский
Социо-культурные (R_1^R)	591	420	59	144	111	173	280	335	245
Природно-рекреационные (R_2^R)	472	159	113	146	126	217	117	161	153
Культурно-исторические (R_3^R)	18	37	14	0	1	2	0	13	73
Научно-образовательные ресурсы (R_4^R)	343	125	18	74	60	108	108	196	197

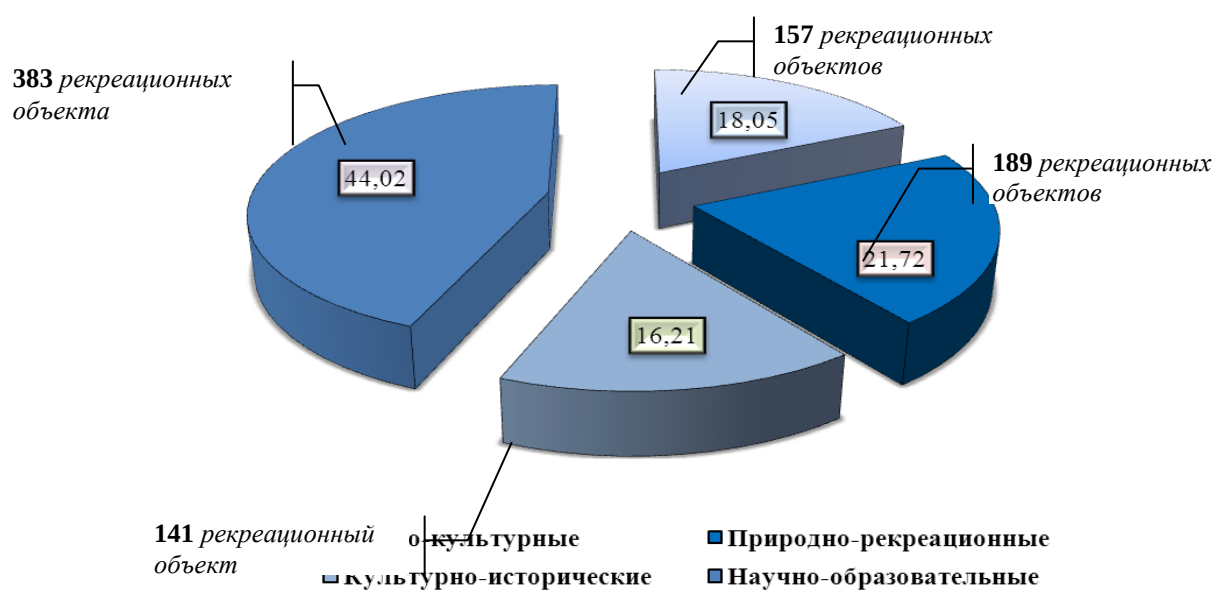


Рисунок 25 – Общая структура рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики (по видам) в 2018 г., ед.

Разработанная шкала оценки (таблица 7) позволяет определить рейтинг районов Донецкой Народной Республики по привлекательности отдельных видов рекреационных ресурсов.

Таблица 7 – Шкала определения рейтинга территориальной привлекательности рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики

Рейтинг	Диапазон значений геомаркетинговых индикаторов по видам рекреационных ресурсов, баллы			
	Социокультурные (R_1^R)	Природно-рекреационные (R_2^R)	Культурно-исторические (R_3^R)	Научно-образовательные ресурсы (R_4^R)
0	0	0	0	0
1	1 – 118	1 – 94	1 – 15	1 – 69
2	119 – 237	95 – 189	16 – 31	70 – 139
3	238 – 356	190 – 284	32 – 47	140 – 209
4	357 – 475	285 – 379	48 – 63	210 – 279
5	476 – 591	380 – 472	64 – 73	280 – 373

Согласно значений геомаркетинговых индикаторов по каждому виду рекреационных ресурсов, а также с учетом разработанной шкалы были определены рейтинги геомаркетинговой привлекательности административно-территориальных единиц Донецкой Народной Республики по четырем группам рекреационных ресурсов: социокультурным, природно-рекреационным, культурно-историческим и научно-образовательным (рисунки 26; 27).

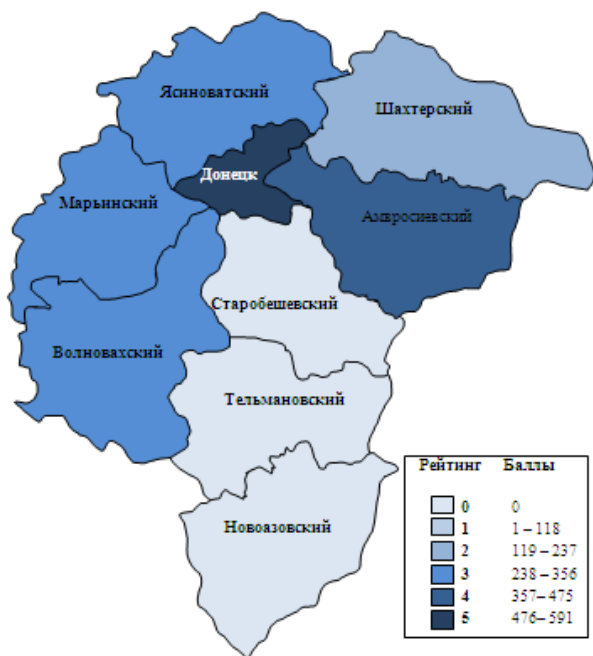


Рисунок 26 - Рейтинг административно-территориальных единиц Донецкой Народной Республики по геомаркетинговой привлекательности социокультурных рекреационных ресурсов

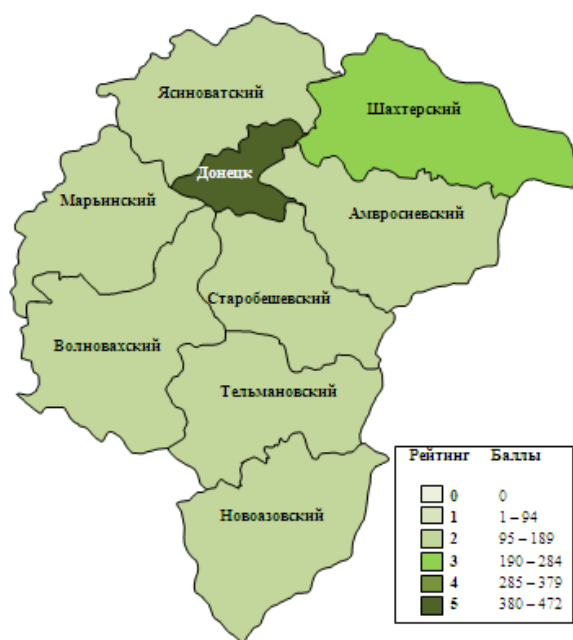


Рисунок 27 - Рейтинг административно-территориальных единиц Донецкой Народной Республики по геомаркетинговой привлекательности природно-рекреационных ресурсов

Исследованием установлена достаточно высокая геомаркетинговая привлекательность социокультурных рекреационных ресурсов, характерная для Амвросиевского административного района (рейтинг 357 – 475 баллов). Третий рейтинг по геомаркетинговой привлекательности социокультурных рекреационных ресурсов присвоен Волновахскому, Марьинскому и Ясиноватскому административным районам Донецкой Народной Республики (238-256 баллов). Наименьший (первый рейтинг) присвоен Старобешевскому, Тельмановскому и Новоазовскому административным районам. Данным административным районам рекомендуется развивать социокультурные рекреационные ресурсы. Наибольшая привлекательность природно-рекреационных ресурсов характерна для Шахтерского административного района (рейтинг 285 – 379 баллов).

Маркетинг рекреационных территорий на основании использованного в диссертации методологического подхода рассмотрен как система управления региональными социально-экономическими процессами, выполняющая функцию управленческой технологии, реализация которых позволяет обеспечить достижение целевых векторов развития рекреационного комплекса, и определяющий его имидж.

Разработанная модель формирования конкурентных преимуществ рекреационной территории и научно-методический подход к определению уровня лояльности потребителей рекреационного продукта, позволят удовлетворять потребности населения в рекреационном продукте, эффективно использовать рекреационный потенциал, сбалансировать интересы множества субъектов регионального рынка и реализовать общую направленность социально-экономической системы рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе определены теоретические и концептуальные положения относительно формирования механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики. В результате проведенного исследования сделаны следующие выводы.

1. Исследованы этимология и генезис рекреации и рекреационной деятельности целью разработки концепции маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом. В работе предложено рассматривать рекреацию как социально – экономическую систему жизнедеятельности человека, и как деятельность социально-экономического статуса по производству и реализации рекреационных услуг, обеспечивающих различные процессы жизнедеятельности человека от воспроизводства физических и психологических сил до гармонизации личности в целом.

2. Выявлены существующие межнаучные связи развития рекреационного комплекса во взаимосвязи и взаимозависимости от развития рекреации на основании предложенной Концепции. Реализация маркетингового подхода в

сфере обеспечения рекреационных услуг и осуществление маркетингового управления знаниями, возможно на основе учета таких основных факторов: общего информационного пространства, обеспечиваемого Интернет-технологиями; быстрого устаревания информации (имеется в виду потеря ее актуальности); размывания границ между задействованными в производстве рекреационных услуг отраслями и сегментами; глобальной конкуренции предприятий рекреационного комплекса в силу ее экономической привлекательности; конвергенции технологий; новой детерминанты развития общества; взаимосвязанности участников - поставщиков и потребителей услуги; а также непрерывного роста профессионализма продуцирующих услуги сотрудников.

3. На основании анализа структуры, ключевых детерминантов, критериев и параметров рекреационного комплекса проведена оценка уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса с включением процесса отбора ключевых детерминант его развития и модели оценивания рекреационного комплекса, и разработана графическая модель, как базовая для расчета рекреационного потенциала рекреационного комплекса.

4. Обоснование и разработка комплексного подхода к управлению рекреационным комплексом на основе маркетинговой ориентации дало возможность применить механизм формирования инфологической модели базы данных для маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом, основанном на оригинальной методологии теории проектирования информационных систем и положениях теории принятия решений, и позволило объединить в систему количественные и качественные цели, факторы, функции, основные направления развития рекреационного комплекса, характеристики потребителей рекреационного продукта.

5. С целью повышения эффективности рекреационного потенциала рекреационного комплекса сформирована структурная модель рекреационных ресурсов рекреационного комплекса, структурными элементами которой определены: природно-рекреационные, социокультурные, научно-образовательные и культурно-исторические ресурсы, что позволит решать учетные, аналитические и маркетинговые задачи дальнейшего развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики.

6. Стратегическими ориентирами развития рекреационного комплекса наряду с законодательно-правовым регулированием, сохранением природно-ресурсного потенциала, а также внедрением экономических механизмов, является совершенствование образовательного вектора и, в первую очередь, в рамках управления знаниями в сфере рекреационной деятельности, повышение уровня знаний на всех стадиях функционирования данной сферы. Эффективное совершенствование управления знаниями на предприятиях рекреационного комплекса возможно на основании компетентного подхода. Изучение общепринятых механизмов управления сложными системами и выявленных предпосылок, обоснование необходимости разработки механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом позволило

использовать и кибернетический подход 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.

7. Проанализировав современные трансформационные процессы и возможности использования современных информационных системы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом в работе предложены новые подходы к методологии их использования, что заключается в разработке интегрированной модели оценки уровня инновационности рекреационной услуги, которая базируется (в отличие от применяемых) 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.

8. В диссертации дано научное обоснование инструментального обеспечения управления рекреационным комплексом на основе маркетинго-ориентированного подхода. Предложен 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, и позволяет обоснованно определять комплекс эффективных маркетинговых управленческих решений в конкурентной среде.

9. В соответствии с результатами анализа социально-экономического состояния в Республике и проведенных информационно-аналитических исследования разработано экономико-математическую оптимизационную модель оценки целесообразности маркетинговых затрат, связанных с принятием решений относительно оказания новых видов рекреационных услуг, которая, на основе учета приемлемых значений экономического риска финансовых потерь, позволила количественно определить минимальную выручку от реализации объекта рекреационного комплекса, целевую аудиторию рекреантов, что связано, как результат, с реализацией маркетинговых мероприятий, как основы оценки рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики.

10. В диссертационном исследовании обобщены существующие подходы и обоснован инновационный научно-методический подход к систематизации составляющих интегрированной динамической системы рекреационного комплекса, что позволило оценить уровень лояльности потребителей рекреационного продукта на основе оценок детерминантов лояльности (рекреационных ресурсов, репутации рекреационной территории, социальной атмосферы, информационного обеспечения, айдентики, инфраструктуры и управления). Кроме того, такой подход позволил определить тип потребительской лояльности (инерционная, потенциальная, стимулированная, высокая), и в дальнейшем разработать мероприятия по обеспечению

сбалансированности интересов субъектов социально-экономической системы рекреационного комплекса.

11. Обоснован предложенный комплекс моделей, методологических подходов и методов обеспечения маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом (РК). В комплекс моделей вошли: графическая модель оценки уровня развития рекреационного потенциала РК; модель туристического мультипликатора; интегрированная модель оценки уровня инновационности рекреационной услуги; модель управления знаниями на основании компетентностного подхода в рамках стратегических ориентиров развития РК; структурная модель рекреационных ресурсов; многокомпонентная модель оценки рекреационных ресурсов; модель формирования конкурентных преимуществ рекреационной территории; концептуальная модель развития РК; интегрированная модель оценки уровня развития рекреационного потенциала РК; инфологическая модель маркетинго-ориентированного управления РК.

12. Уникальное сочетание в диссертационной работе описательных и логико-философских, математизированных методов является по своему характеру фундаментальной проблемой, и, безусловно, являет собой методологию исследования механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационного комплекса. Усовершенствованные методологические основы использования геомаркетинговой системы оценки рекреационной привлекательности территории по четырем группам рекреационных ресурсов: социокультурным, природно-рекреационным, культурно-историческим и научно-образовательным дали возможность применить научно-методический подход к оценке привлекательности специфических рекреационных образований и разработке геомаркетинговой системы рекреационного комплекса г. Донецка и Донецкой Народной Республики.

13. Проведенная систематизация подходов к классификации объектов рекреации, выявленная конъюнктура и тенденции развития рекреационного комплекса позволили обосновать методику оценки мультипликативных эффектов в деятельности предприятий рекреационного комплекса. Сущность и составляющие мультипликативных эффектов в сфере рекреации, рекреационного пространства и деятельности предприятий рекреационного комплекса приведены на примере туристско-рекреационного комплекса, как наиболее изученного.

14. Изучение структуры рекреационного потенциала рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики позволило разработать модель формирования конкурентных преимуществ рекреационной территории на основании научно-методического подхода к определению уровня лояльности потребителей рекреационного продукта.

15. Научно обоснована Концепция и разработана концептуальная модель развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики. Исходя из цели Концепции управления рекреационным комплексом на основе маркетинго-ориентированного подхода и обоснования направлений развития

рекреационных ресурсов Донецкой Народной Республики определены цели оценки рекреационных ресурсов, выделены их локальные структурные компоненты, идентифицированы составляющие каждого вида рекреационных ресурсов, и на основе расчета комплексного показателя оценки рекреационных ресурсов дана интегрированная оценка и уровень развития с обоснованием дальнейших направлений их развития.

Результаты исследования позволили структурировать процесс оценки рекреационных ресурсов, оценить их фактический уровень и определить направление развития рекреационного комплекса, а также могут быть использованы для разработки направлений повышения эффективности использования рекреационных ресурсов для развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики с целью удовлетворения рекреационных потребностей населения.

Практическое применение разработанной концептуальной модели состоит в том, что данный подход позволит структурировать процесс оценки рекреационных ресурсов, оценить их фактический уровень и определить направление развития рекреационного комплекса. Кроме того, предложенную модель можно использовать для оценки отдельных рекреационных кластеров региона комплекса организаций сферы туризма и гостеприимства и сопряженных с ней отраслей, включающий туроператоров, турагентов, средства размещения, экскурсионные бюро, организации общественного питания, транспортные компании и др., а также образовательные учреждения и научно-исследовательские институты, целенаправленно поддерживаемые органами власти.

Исследованием доказано, что в Республике необходимо разработать единую Программу, предусматривающую решение вопросов не только сохранения, возрождения и развития тех уникальных рекреационных ресурсов, которые остались на территории Донецкой Народной Республики, но и делать их доступными для всех слоев населения республики.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии

1. Давидчук, Н.Н. Маркетинго-ориентированное управление рекреационным комплексом: теория и методология: монография / Н.Н. Давидчук. – Донецк: ФЛП Артамонов Д.А., 2019. – 389 с.
2. Давидчук, Н.Н. Маркетинг рекреационных территорий: теоретико-методологический аспект / Н.Н. Давидчук // Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития: монография / под науч. ред. С.В. Дрожжиной. – Донецк: «НПП «Фолиант», 2019. – С. 324-337.
3. Давидчук, Н.Н. Моделирование оценки эффективности производства продукции в условиях влияния факторов сезонности / Н.Н. Давидчук // Современная экономика: анализ состояния и перспективы развития: монография. Книга 5. / под общ. ред. М.М. Скорева. – Ставрополь: Логос, 2015. – С. 31-50.

4. Давидчук, Н.Н. Использование компьютерных технологий в научных исследованиях / Н.Н. Давидчук // Методология научных исследований: монография / под науч. ред. В.Д. Малыгиной. – Донецк: ФЛП Артамонов Д.А., 2019. – С. 79-112.

Статьи в рецензируемых научных изданиях

5. Давидчук, Н.Н. Оптимизация стратегии реализации новых видов рекреационных услуг / Н.Н. Давидчук // Торговля и рынок. – 2017. – №3 (43), Т. 1. – С.174-177.

6. Давидчук, Н.Н. Рекреация: понятийно-терминологический аспект / Н.Н. Давидчук // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2018. – №1. – С. 20-28.

7. Давидчук, Н.Н. Мультипликативные эффекты в рекреационной деятельности: сущность и составляющие / Н.Н. Давидчук // Торговля и рынок. – 2018. – №1 (45). – С. 220-233.

8. Давидчук, Н.Н. Кибернетический подход в маркетинговом управлении знаниями в сфере обеспечения рекреационных услуг/ Н.Н. Давидчук // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2018. – №3. – С.78-85.

9. Давидчук, Н.Н. Компетентностный подход к стратегическим ориентирам развития рекреационного комплекса / В.Д. Малыгина, Н.Н. Давидчук // Торговля и рынок. – 2018. – №4 (48), т. 1. – С. 97-103.

Личный вклад: усовершенствована авторская модель управления уровнем знаний в сфере предоставления рекреационных услуг.

10. Давидчук, Н.Н. Маркетинго-ориентированное управление рекреационным комплексом: технология принятия решений / Н.Н. Давидчук // Торговля и рынок. – 2018. – №4 (48), т. 2. – С. 43-53.

11. Давидчук, Н.Н. Теоретическая и практическая плоскость траектории экономического развития рекреационного комплекса / Н.Н. Давидчук // ЦИТИСЭ: электрон. науч. журн. – 2019. – № 2. – Режим доступа: URL: <http://ma123.ru/ru/2019/04/давидчук-2-2019/>.

12. Давидчук, Н.Н. Формирование модели уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса / Н.Н. Давидчук // Торговля и рынок. – 2019. – №1 (49). – С. 83-92.

13. Давидчук, Н.Н. Определение рейтингов рекреационной привлекательности районов г. Донецка на основе геомаркетинговой системы / Н.Н. Давидчук // ЦИТИСЭ. – 2019. – № 4. – С. 437-450. URL: <http://ma123.ru/ru/2019/10/4-давидчук/>.

14. Давидчук, Н.Н. Интегрированный подход к оценке уровня развития рекреационного потенциала рекреационного комплекса / Н.Н. Давидчук // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2019. – №2. – С.56-64.

15. Давидчук, Н.Н. Концепция маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом / Н.Н. Давидчук // Экономика и предпринимательство. – 2019. – №6. – С. 518-523.

16. Давидчук, Н.Н. Концептуальный подход к моделированию развития рекреационного комплекса / В.Д. Малыгина, Н.Н. Давидчук // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2019. – №2. – С. 86–95.

Личный вклад: обоснован концептуальный подход к моделированию развития рекреационного комплекса.

17. Давидчук, Н.Н. Оценка конкурентных возможностей рекреационных территорий / Н.Н. Давидчук // Торговля и рынок. – 2019. – №2 (50), т. 1. – С. 70-80.

18. Давидчук, Н.Н. Системный подход к принятию решений в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом / Н.Н. Давидчук // Торговля и рынок. – 2019. – №2 (50), т. 2. – С. 46-60.

19. Давидчук, Н.Н. Интегрированная модель оценки уровня инновационности рекреационной услуги / Н.Н. Давидчук // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2019. – №3. – С. 24-32.

20. Давидчук, Н.Н. Формирование геомаркетинговой системы Донецкой Народной Республики / Н.Н. Давидчук // Торговля и рынок. - 2019. - №3 (51), т.1. – С. 113-123.

Статьи в научных изданиях индексируемых РИНЦ

21. Давидчук, Н.Н. Особенности информационных технологий в маркетинго-ориентированном управлении предприятиями рекреационного комплекса / Н.Н. Давидчук // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: сб. науч. стат. – Донецк: ДонНУЭТ, 2018. – № 7. – С. 61-64. (URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32544327>).

22. Давидчук, Н.Н. Теоретические аспекты маркетинга рекреационных услуг / Н. Н. Давидчук // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: сб. науч. стат. – Донецк: ДонНУЭТ, 2018. – Вып. 8. – С. 74-77. (URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38534301>).

23. Davidchuk, N.N. Recreational service: social and economic aspect / N.N. Davidchuk // Экономика и бизнес: теория и практика (экономические науки): сб. науч. стат./ под ред. Шаева К.С. – Новосибирск: ООО «Капитал», 2018. – №8. – С. 32-34. (URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35564687>).

Публикации в других изданиях

24. Спіцина, Н.М. Методи оптимізації інвестиційного ризику / Т.В.Шабельник, Н.М. Спіцина // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – Вип. 30, т.1. – С.254–259.

Личный вклад: разработана методология оптимизации инвестиционного риска.

25. Спіцина, Н.М. Моніторинг систем підтримки прийняття фінансових рішень / Т.В.Шабельник, Н.М. Спіцина // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – Вип. 28, т.2. – С. 306–313.

Личный вклад: обосновано применение систем поддержки принятия решений в управленческой деятельности.

26. Спіцина, Н.М. Теоретичні аспекти віртуального підприємства як сектора глобальної економіки / Н. М. Спіцина // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. - Вип. 34. – С. 87-91.

27. Спіцина, Н.М. Технологічні особливості віртуального підприємства / Н.М. Спіцина // Україна-Чорногорія: економічна трансформація та перспективи міжнародної співпраці: матер. І міжнар. наук.-практ. конф., 18-25 травня 2012 р., Чорногорія, м. Будва. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – С. 223-224.

28. Давидчук, Н.Н. Особенности информационной системы управления агропродовольственным комплексом / Н.Н. Давидчук // Агропромышленная политика Донецкой Народной Республики: реалии и перспективы: матер. II межд. научн. - практ. конф. «Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития», 30 мая 2019 г., г. Донецк. – Донецк, ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2019. – С. 31-34.

Труды апробационного характера

29. Давидчук, Н.М. Особливості маркетингу рекреаційних послуг / Н.М. Давидчук // Наука в современном мире: сб. публ. мультидисципли. науч. журнала «Архивариус» по матер. VI Междунар. науч.-практ. конф. 19 фев., 2016 г., г. Киев. – К.: Мультидисциплинарный научный журнал «Архивариус»– 2016. – С. 42-45.

30. Давидчук, Н.Н. Классификация информационных систем и технологий в маркетинговом управлении / Н.Н. Давидчук // Направления повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти и местного самоуправления: матер. I Междунар. науч.-практ. конф. 26-27 апр., 2018 г., г. Алчевск. - Алчевск: Изд-во «Ноулидж», 2018. – С. 36-40.

31. Давидчук, Н.Н. Информационные системы в маркетинговом управлении предприятиями рекреационного комплекса / Н.Н. Давидчук // Актуальные вопросы учета и управления в условиях информационной экономики: матер. Всероссийск. науч.-практ. конф., 17-18 мая, 2018 г., г. Севастополь. – Севастополь: «Рибест», 2018. – С. 292-295.

32. Давидчук, Н.Н. Проблемы развития рекреационного комплекса ДНР/ Н.Н. Давидчук // Экономика Донбасса: историческая проекция и траектория развития: матер. I Междунар. науч.-практ. конф., 17 мая 2018 г., г. Донецк. – Донецк, ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2018. – С. 134-137.

33. Давидчук, Н.Н. Направления развития рекреационного комплекса в условиях неопределенности / Н.Н. Давидчук // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. стат.

XIV Междунар. науч.-практ. конф., 5 авг. 2018 г., г. Пенза. Ч.2. / Под ред. Г.Ю. Гуляева. - Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2018. – С. 70-74.

34. Давидчук, Н.Н. Когнитивный подход в управлении / Н.Н. Давидчук // Бизнес-инжиниринг сложных систем: модели, технологии, инновации: матер. III Междунар. науч.-практ. конф., 17 окт., 2018 г., г. Донецк. – Донецк: Изд-во ДонНТУ, 2018. – С. 38-41.

35. Давидчук, Н.Н. Современные информационные технологии в маркетинговом управлении рекреационной деятельностью / Давидчук Н.Н. // Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы : матер. I Респ. с междунар. Участием науч.- практ. конф., 25 окт. 2018 г., г. Донецк. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2019. – С. 322-327.

36. Davidchuk, N. Marketing tools in the management of recreational areas / N. Davidchuk // The Strategies of Modern Science Development: Proceedings of the XVII International scientific–practical conference 10-11 April 2019, Morrisville, NC, USA . - Lulu Press, Morrisville, NC, USA, 2019. - P. 70-73.

37. Davidchuk, N. Cognitive modeling as a tool of recreation complex marketing management / N. Davidchuk // Themed collection of papers from international conferences by HNRI «National development». (Санкт-Петербург, Апрель 2019). – SPb.: HNRI «National development», 2019. – P. 172-174.

38. Давидчук, Н.Н. Имидж территории как фактор социально-экономического развития Донецкой Народной Республики / Давидчук Н.Н. // Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития : посвящ. 100-летию ДонНУЭТ : матер. II Междунар. науч.-практ. конф., 30 мая 2019 г., г. Донецк. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2019. – С. 322-327.

39. Davidchuk, N.N. Marketing tools for recreational activities / N.N. Davidchuk // Science and education: problems and innovations: сб. стат. II Междунар. науч.-практ. конф., 12 окт., 2019 г., г. Пенза. / Под ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С. 32-35.

40. Davidchuk, N. Use of marketing technologies for development of recreational complex / N. Davidchuk // The Strategies of Modern Science Development: Proceedings of the XVIII International scientific–practical conference 15-16 October 2019, Morrisville, NC, USA . - Lulu Press, Morrisville, NC, USA, 2019. - P. 17-19.

АННОТАЦИЯ

Давидчук Н.Н. Механизмы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом. – На правах рукописи.

Диссертация 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). – Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Донецк, 2019.

Диссертационная работа посвящена исследованию и разработке механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики, что является особо актуальным на современном этапе становления и развития молодого государства.

Научно обоснована концепция маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом, которая объединяет теоретические, методологические, аналитические и практические базисы формирования механизмов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики и учитывает геомаркетинговые технологии, управление знаниями, оценку рекреационного потенциала, уровень рекреационных услуг, тип лояльности потребителей рекреационного продукта.

Проведено исследование концептосферы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом: эволюции развития основополагающих терминов и концепций отечественных и зарубежных ученых. Это позволило уточнить понятийно-категориальный аппарат и определить, что внедрение маркетинговых инструментов позволяет предприятиям рекреационной сферы конкурировать во внешней среде и удовлетворять рекреационные потребности населения в рекреационных услугах.

Разработан механизм формирования геомаркетинговой системы рекреационного комплекса, который позволил определить рейтинг привлекательности отдельных административно-территориальных единиц и районов по видам рекреационных ресурсов (социокультурным, природно-рекреационным, культурно-историческим и научно-образовательным), территорию и инфраструктуру. Такой подход будет способствовать поставленной цели развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики в целом.

Предложен комплексный подход к управлению знаниями в маркетинговом управлении предприятиями рекреационной сферы, предоставляющими услуги для удовлетворения рекреационных потребностей населения, что обеспечивает ускорение инновационных процессов внутри предприятия в непрерывно изменяющихся внешних воздействиях и растущих потребностях участников рекреационного комплекса.

Разработан комплекс моделей, включающий: интегрированную модель оценки рекреационного потенциала рекреационного комплекса; экономико-математическую оптимизационную модель оценки целесообразности маркетинговых затрат, связанных с принятием решений относительно оказания новых видов рекреационных услуг; модель оценки и процесс отбора ключевых детерминант развития рекреационного комплекса, базирующийся на применении графической модели.

Обоснован механизм формирования инфологической модели базы данных в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом. Реализация которого позволяет принимать управленческие решения, идентифицировать и ранжировать маркетинговые мероприятия

относительно перспектив развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики.

Научно обоснована Концепция и разработана концептуальная модель развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики.

Ключевые слова: рекреация, рекреационный комплекс, рекреационные ресурсы, рекреационная услуга, рекреационный потенциал, маркетинг рекреационных территорий, маркетинго-ориентированное управление.

ABSTRACT

Davidchuk N.N. Mechanisms of marketing-oriented management of recreational complex. – As manuscript.

Thesis for the degree of Doctor of Economic Sciences in specialty 08.00.05. - Economics and management of the national economy (by industry, including marketing). - State Educational Establishment of Higher Professional Education «Donetsk National University of Economics and trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Donetsk, 2019.

The dissertation work is devoted to the research and development of the Donetsk people's Republic recreational complex's marketing-oriented management mechanisms. The concept of marketing-oriented management of recreational complex is scientifically substantiated. The study of the marketing-oriented management of the recreational complex's conceptosphere are reduced: the evolution of the fundamental terms and concepts of domestic and foreign scientists.

The mechanism of recreational complex's geomarketing system formation is developed. The complex approach to knowledge management in marketing management of the recreational sphere providing services enterprises for satisfaction of the population recreational needs. Developed a set of models that include: integrated model for assessment of the recreation complex recreational potential; economic and mathematical optimization model evaluating the feasibility of marketing costs associated with the decision making regarding the provision of recreational services new types; model evaluation and selection process a key determinant of development recreational complex based on the application of graphical models.

The infological database mechanism's model formation in marketing-oriented management of recreational complex is substantiated. The Concept is scientifically grounded and the conceptual model of the Donetsk People's Republic recreational complex development is developed.

Keywords: recreation, recreational complex, recreational resources, recreational service, recreational potential, marketing of recreational facilities, marketing-oriented management.

Подписано к печати 31.10.2019 г.
Формат 60х84х1/16. Усл. печ. л. 2,5.
Печать лазерная. Заказ № 24-03. Тираж 100 экз.

Отпечатано ФЛП Кириенко С.Г.
Свидетельство о государственной регистрации физического
лица-предпринимателя № 40160 серия АА02 от 05.12.2014 г.
ДНР, 83014, г. Донецк, пр. Дзержинского, 55/105.
Тел.: (050) 524-50-36, e-mail: ksg11@ukr.net