

**ОТЗЫВ**  
**на автореферат диссертационной работы**  
**ЗАЯЦ АННЫ АЛЕКСАНДРОВНЫ**  
**на тему «Развитие сферы туристских услуг**  
**на основе совершенствования культуры предпринимательства»,**  
**представленной на соискание ученой степени**  
**кандидата экономических наук по специальности**  
**5.2.3 Региональная и отраслевая экономика**  
**(экономика сферы услуг)**

Туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей экономики. С каждым годом количество туристов, путешествующих по всему миру, увеличивается, что создает большие возможности для развития сферы туристических услуг. При этом, современные потребители становятся все более требовательными и осведомленными. Следовательно, основополагающей предпосылкой обеспечения конкурентоспособности на рынке, а также создания положительного имиджа туристских предприятий является совершенствование культуры предпринимательства в сфере туризма, чтобы соответствовать их ожиданиям, что обуславливает актуальность темы исследования.

Таким образом, изучение и совершенствование культуры предпринимательства в сфере туризма имеет большое значение для успешного развития отрасли, повышения конкурентоспособности предприятий и удовлетворения потребностей современных туристов.

Однако, отмечая весомый вклад в разработку данной проблемы отечественных и зарубежных ученых, следует отметить, что работ, посвященных комплексному решению вопросов развития бизнес-процессов в сфере туристских услуг на основе культуры предпринимательства, в настоящее время еще недостаточно. Следовательно, развитие теоретических основ и формирование научно-методических подходов к гармонизации рынка туристских услуг и повышения эффективности деятельности всех его ключевых участников является актуальным и востребованным научно-практическим исследованием.

Следует отметить, научная новизна, глубокий уровень исследования понятийно-категориального аппарата и методических разработок показывает достаточный уровень научной обоснованности и практической значимости.

Все положения научной новизны нашли отражение в 17 научных работах, опубликованных автором в научных исследованиях, в том числе: 1 коллективная монография, 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 9 работ апробационного характера.

Предложенные рекомендации одобрены и внедрены в деятельность Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики (справка № 125 от 26.06.2023 г.), а также следующих предпринимательских структур г. Донецка: ООО «Дон Авиа» (справка № 25 от 27.06.2023 г.); туристское предприятие «Бархат Тревел» (справка № 19 от 28.06.2023 г.); туристское предприятие «Касабланка» (справка № 11 от 30.05.2023 г.).

Элементы научной новизны соответствуют паспорту научной специальности 5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика».

Материалы научного исследования используются в учебном процессе при подготовке учебно-методических комплексов дисциплин: «Организация предпринимательской деятельности в туризме», «Бизнес-коммуникации в туризме», «Туризмоведение», «Туристический рынок», «Информационные системы и технологии в туристической индустрии», а также при подготовке курсовых работ для студентов по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» и 43.04.02 «Туризм» (магистерская программа «Туризмоведение»).

Значимым является разработанный автором научно-методический подход к оценке поведенческой принадлежности культуры предпринимательства, который адаптирован под сферу туристских услуг и основан на трех уровнях: основополагающем, оптимальном и когерентном, в зависимости от степени восприятия изменений, стремления к развитию, коллективной моральной и социальной ответственности субъектов туристского рынка.

Особое внимание хотелось бы обратить на предложенную автором модель культуры предпринимательства туристского предприятия, которая, в отличие от существующих, учитывает четыре направления взаимодействия турпредприятия (с клиентами, партнерами по бизнесу, государственными органами и персоналом) по двум критериям: дифференциация/интеграция и стабильность/гибкость, а также представляет ценности предприятия в клиентской, партнерской, административной и корпоративной культурах.

Вызывает научный интерес разработанная автором модель когерентности культуры предпринимательства ключевых участников сферы туристских услуг с учетом концепции экономики впечатлений. Данная модель, в отличие от существующих, направлена на формирование эмоциональной компетентности сотрудников, управление эмоциями потребителей и предполагает использование эмоционального потенциала групп потребителей, функционирующих на основе синергетичности коллективного потребительского впечатления.

Несмотря на высокий уровень полученных автором результатов научных исследований, направленных на развитие сферы туристских услуг на основе совершенствования культуры предпринимательства, выделен ряд замечаний:

1. С учетом результатов опроса экспертов, соискателем был представлен методический подход к интегральной оценке уровня развития культуры предпринимательства, который включает пять индикаторов (адаптивность, миссия, взаимодействие, вовлеченность и когерентность). Целесообразно для обеспечения достоверности результатов уточнить объем выборки респондентов и их профессиональную квалификацию (стр. 10 автореферата).

2. На стр. 10 автореферата соискателем отмечено, что были обобщены показатели эффективности веб-сайтов туристских предприятий, согласно которым туристские операторы и туристские агентства определены практически равнозначными. В работе автору необходимо уточнить критерии, по которым туристские операторы и агентства были признаны практически равнозначными.

Актуальность темы диссертационной работы, научная новизна полученных результатов, ее теоретическое и практическое значение, весомость вклада в

теорию экономики сферы услуг не подлежит сомнению. Основные результаты нашли отражение в открытой печати и изложены на конференциях.

Таким образом, диссертационная работа Заяц Анны Александровны «Развитие сферы туристских услуг на основе совершенствования культуры предпринимательства» является законченным научным исследованием, содержит существенные научные результаты, новизну, отвечает требованиям ВАК к кандидатским диссертациям и рекомендуется к предоставлению в диссертационный совет, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг).

*Я, Зобов Александр Михайлович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Заведующий кафедрой маркетинга, профессор  
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов  
имени Патриса Лумумбы»  
к.э.н., профессор  
Зобов Александр Михайлович  
04.06.2024 г.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов  
имени Патриса Лумумбы»  
Адрес: 117198, г. Москва, Ул. Миклухо-Маклая, д.6  
Телефон: +7 (495) 434-70-27\*13-29  
E-mail: [zobov-am@rudn.ru](mailto:zobov-am@rudn.ru)  
Сайт организации: <https://www.rudn.ru/>

Подпись Зобов А.М. заверяю:  
Секретарь Ученого совета  
Экономического факультета РУДН



Е.Ц. Норбоева