

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

профессора Воронцовой Маргариты Гурьевны на диссертацию Юшкова М.В. на тему «Стратегическое управление рынком туристской сувенирной продукции», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

Актуальность темы диссертационного исследования. Важной задачей стратегического управления рынком туристской сувенирной продукции в условиях перехода к цифровой экономике становится адаптация к современным условиям ведения предпринимательской деятельности и использование эффективных инструментов повышения уровня инвестиционной привлекательности данного сектора индустрии туризма в целях формирования устойчивого спроса на туристскую сувенирную продукцию и удовлетворения запросов отдельных потребителей.

Необходимо согласиться с автором, что расширение экспортных возможностей и потенциала сегмента сувенирной туристской продукции с точки зрения выхода на международный рынок обладает значительным количеством преимуществ: увеличение совокупной величины доходов организаций туристской индустрии за счет роста объемов продаж, возможность создания дополнительных рабочих мест, повышение благосостояния уровня местных жителей и ряд других. Данное утверждение приобретает особую актуальность в условиях пандемии коронавируса, когда именно сувенирная продукция обладает значительными конкурентными преимуществами за счет возможности реализации за счет современных инновационных коммуникаций.

В основе формирования предлагаемой стратегии управления рынком туристской сувенирной продукции лежит ориентация на необходимость учета фактора влияния кризисных явлений при одновременном стимулировании инновационного поведения участников рынка. Это значительным образом изменит политику самих сувенирных предприятий, их организацию, структуру и систему управления, что, в свою очередь, делает практику управления сувенирным производством связующим звеном между индустрией туризма и гостеприимства, экспортным потенциалом туристского рынка, государственным регулированием данного сегмента и инновационным процессом.

В связи с этим, актуальность темы исследования М.В. Юшкова не вызывает сомнений, равно, как и необходимость разработки теоретико - методологических и методических положений в области управления рынком туристской сувенирной продукции в инновационных условиях развития российской индустрии туризма.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций.

Научные положения диссертационной работы соответствуют основной цели и задачам исследования, обоснованию теоретических и методических положений по формированию и развитию стратегического управления на рынке туристской сувенирной продукции. Ознакомление с изложенным в диссертации научно-практическим материалом позволяет сделать вывод об обоснованности и достоверности результатов исследования, выводов и рекомендаций.

Обоснованность выводов и рекомендаций диссертации подтверждается использованием широко апробированного научного инструментария; положений системного подхода, методов научной абстракции, типологизации, функционального и предметного анализа, экономической статистики; анализом отечественных и зарубежных ученых в области теории менеджмента и стратегического управления фирмами и рынками, а также изучением статистических данных и материалов исследовательских организаций; апробацией результатов диссертационного исследования на научно-практических конференциях, где они получили одобрение научной общественности.

Автором проведен подробный и тщательный анализ 147 источников научной литературы, которые включают в себя информационно-аналитические материалы как российских, так и зарубежных ученых по теме диссертационного исследования.

Достоверность результатов исследования, выводов и рекомендаций достигается автором за счет использования в качестве теоретической и методологической основы диссертации базовых исследований и прикладных научных трудов российских и зарубежных ученых в области организации и управления в индустрии туризма и гостеприимства; обзора периодических изданий современных электронных ресурсов; применением современных методов сбора и обработки информации, а также публикацией результатов исследования в рецензируемых изданиях, входящих в перечень Высшей аттестационной комиссии.

Новизна и значимость научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.

В диссертации имеются результаты, обладающие научной новизной:

- выдвинут и обоснован новый подход к определению понятия «туристская сувенирная продукция», ее сходство и различие с такими близкими и родственными, в том числе и в экономическом контексте, категориями как «подарок», «сувенир», «сувенирная продукция» (стр. 14-19);

- определены основные этапы эволюции рынка сувенирной туристской продукции, последний из которых ориентирован на индивидуальные запросы потребителя, формирование программ лояльности, расширение практики интернет-торговли, использование инновационных материалов и подходов к проектированию сувенирной продукции, цифровой маркетинг, предоставление послепродажного обслуживания и сопутствующих услуг или товаров (стр. 20-24);

- предложен методический подход к выделению критериальной оценки преимуществ и недостатков сформированных автором альтернативных вариантов организации интернет- торговли туристской сувенирной продукции, в том числе реализация продукции посредством использования потенциала и клиентской базы ключевых отечественных и зарубежных торговых интернет-площадок, использование возможностей интернет – ресурсов отдельных организаций или учреждений, в условиях которых онлайн-продажи сувенирной туристской продукции являются дополнительным доходом к основной коммерческой деятельности, создание и продвижение собственного интернет- ресурса для организации продаж сувенирной туристской продукции (стр. 89-93);

- уточнена и развита концепция стратегического управления экспортным потенциалом рынка туристской сувенирной продукции, в основу которой была положена аналитическая формула для расчета номинальной величины экспортного потенциала рынка туристской сувенирной продукции (стр. 114-117);

- разработан алгоритм стратегического управления экспортным потенциалом рынка, подразумевающий повышение инновационной активности участников рыночных отношений с целью обеспечения дополнительных конкурентных преимуществ на международном рынке (со стороны государства) и внедрение инновационных технологий, направленных на оптимизацию бизнес-процессов

производства, реализации и продвижения сувенирной туристской продукции (со стороны предпринимательских структур) (стр. 118-123).

Практическая значимость диссертационной работы определяется возможностью использования конкретных предложений и рекомендаций, полученных в процессе исследования, в частности, в деятельности организаций, занимающихся разработкой, реализацией и продвижением туристской сувенирной продукции могут быть использованы следующие разработки:

- комплекс методических рекомендаций по разработке стратегии управления рынком туристской сувенирной продукции в кризисных условиях, включающий в себя определение и обоснование ряда направлений стратегического управления рынком сувенирной туристской продукции на микроэкономическом уровне в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе,

- алгоритм процесса создания и апробации интерактивной карты рынка туристской сувенирной продукции, этапами которого являются сбор и первичная обработка информации об участниках и объектах рынка сувенирной туристской продукции в каждом из регионов участников, проведение взаимных стажировок и круглых столов между участниками проекта для обмена опытом и определения соответствия проводимых операций целям проекта, техническое обеспечение проектирования интерактивной карты рынка сувенирной туристской продукции посредством создания информационного портала в сети Интернет, разработка соответствующего мобильного приложения, создание аудиовизуальных открыток инновационного формата с целью дальнейшего размещения в социальных сетях и ряд других,

- классификационные различия рынка туристской сувенирной продукции с точки зрения уровня экспортного потенциала, которые оказывают непосредственное воздействие на выбор каналов сбыта, повышение взаимосвязи между сувенирной продукцией, видами и формами туристской деятельности и на другие этапы стратегического управления экспортным потенциалом рынка туристской сувенирной продукции.

Ряд материалов диссертации может быть использован при разработке стратегии развития рынка туристской сувенирной продукции на федеральном и региональном уровне, при формировании системы управления долгосрочным ростом межрегиональных туристских проектов.

Содержание диссертации может быть использовано для чтения междисциплинарных курсов по направлению подготовки «Экономика», «Менеджмент», в частности, в рамках специализированных учебных курсов «Управление рынком туристской сувенирной продукции», «Маркетинг и продвижение туристской сувенирной продукции» и «Организация сувенирного производства»,

Научная обоснованность полученных результатов, их практическая значимость не вызывает сомнений, статистическая информация соответствует действительности. В целом, содержание работы соответствует ее структуре и избранной автором теме.

Дискуссионные положения и недостатки, содержащиеся в диссертации.

Несмотря на высокую оценку представленной на отзыв диссертационной работы, нельзя не отметить **ряд недостатков:**

1. В диссертационном исследовании автором широко используются термины «сувенирная туристская продукция» и «туристская сувенирная продукция». Тожественны ли в социально-экономическом и управленческом контексте данные категории или же существуют определенные различия с точки зрения их применения относительно объекта исследования?

2 В таблице 3.4 автором представлена оценка вариантов стратегического развития рынка сувенирной туристской продукции в условиях российских межрегиональных проектов. Какие критерии легли в основу выбора той или иной стратегии управления развитием рынка сувенирной продукции? Насколько данный выбор обоснован с экономической точки зрения?

3. В работе не нашли должного отражения особенности обеспечения экономической безопасности субъектов туристского сувенирного рынка, хотя автор на стр.73 подробно раскрывает типологизацию факторов неэкономического характера, приводящих к возникновению кризисных ситуаций и влияющих на систему стратегического управления рынком туристской сувенирной продукции.

Следует отметить, что указанные замечания не снижают общей высокой оценки проведенного диссертационного исследования, Диссертация является законченным научным исследованием актуальной научной проблемы.

Соответствие диссертации требованиям Положения ВАК РФ о порядке присуждения ученых степеней.

Диссертация отвечает критерием актуальности, новизны, теоретической и практической значимости, а также достоверности полученных результатов. Автореферат и научные статьи автора по теме исследования отражают основные положения диссертации.

В целом, диссертация Юшкова Максима Викторовича на тему «Стратегическое управление рынком туристской сувенирной продукции» полностью соответствует требованиям, установленным Положением о порядке присуждения ученых степеней, предъявляемых к кандидатским диссертациям, а ее автор - Юшков Максим Викторович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

Официальный оппонент,

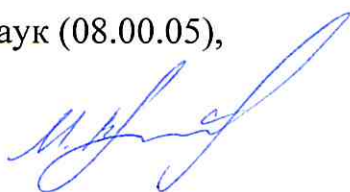
профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский

государственный институт культуры»

доктор экономических наук (08.00.05),

профессор

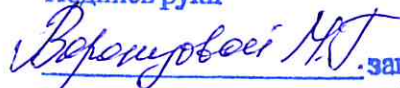


Воронцова Маргарита Гурьевна

191186, Санкт–Петербург, Дворцовая наб., д. 2,

(812) 318-97-00, <http://spbgiik.ru/>,

Подпись руки

 .заверяю

Начальник подразделения кадрового учета

Платонова И.А.

16.11.2020г.

