

«УТВЕРЖДАЮ»:
Ректор ЧОУ ВО
«Балтийская академия туризма
и предпринимательства»
д.п.н., профессор
Власова Тамара Ильинична



«03» ноября 2020 г.

ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Балтийской академии туризма и предпринимательства на диссертацию Юшкова Максима Викторовича на тему: «Стратегическое управление рынком туристской сувенирной продукции», представленную на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)

Актуальность темы диссертационной работы. Современная индустрия туризма и гостеприимства формирует достаточную гибкость и мобильность национальной экономики, реструктуризирует ее, а также создает значимую долю рабочих мест. Следовательно, в целях обеспечения социально-экономической стабильности на национальном туристском рынке в период трансформации отраслевой структуры и изменении параметров спроса на туристские услуги при одновременном усилении роли виртуализации бизнес-процессов, связанным с внедрением новых стандартов цифровой экономики, появляется необходимость рассматривать инновационное развитие рынка туристской сувенирной продукции как один из вариантов устойчивого роста во всей российской индустрии туризма и гостеприимства.

При этом, как правильно и своевременно отмечается в диссертационном исследовании, отдельное внимание в современных условиях следует уделить такому важному инструменту стратегического управления как риск-менеджмент, благодаря которому возможно не только качественно и количественно оценить потенциальные риски, возникающие во внутренней и внешней среде отдельной

организации, осуществляющей проектирование, производство или сбыт сувенирной продукции, но и предложить методические подходы по формированию адаптивных типовых систем риск-менеджмента для всего рынка, а также учесть данное обстоятельство при разработке национальной стратегии индустрии туризма и стратегии развития рынка сувенирной продукции.

В диссертационном исследовании Юшков М.В. раскрывает авторское комплексное представление о содержании дефиниции «туристская сувенирная продукция», исследует ключевые проблемы нормативно-правового и организационного обеспечения управления рынком туристской сувенирной продукции с целью формирования оптимальной системы стратегического управления на основе комплексного подхода в условиях цифровой экономики, предлагает авторский алгоритм управления стратегическим развитием рынка туристской сувенирной продукции в условиях межрегионального проектирования.

Все вышесказанное предопределило выбор темы исследования, актуальность и научно-практическая значимость которой не вызывает сомнения, ибо исследуемые в ней проблемы требуют всестороннего научного изучения.

Содержание и структура диссертационной работы. Область исследования диссертационной работы соответствует требованиям Паспорта специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент), такому пункту Паспорта специальностей, как: п. 10.8. Управление экономическими системами, принципы, формы и методы его осуществления. Зависимость управления от характера и состояния экономической системы. Управление изменениями в экономических системах. Теория и практика управления интеграционными образованиями и процессами интеграции бизнеса.

Представленное диссертационное исследование имеет четко сформированную структуру; материал изложен с учетом логической последовательности элементов и факторов исследуемых проблем и объектов, исходя из поставленных цели и задач исследования. Представленное исследование включает введение, три главы, заключение, библиографический

список источников.

Во введении обоснована актуальность темы исследования; определены цели, задачи, объект и предмет исследования, методологическая и информационная база исследования; сформулирована научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования; приведены данные об апробации и практическом использовании основных результатов диссертационного исследования.

В первой главе «Теоретические основы функционирования рынка туристской сувенирной продукции» рассматриваются вопросы, связанные с изменениями в структуре индустрии туризма и гостеприимства и повышением роли сувенирной туристской продукции как самостоятельного отраслевого сегмента, уточняется понятийный аппарат и анализируются специфические особенности и актуальная проблематика нормативно-правового и организационного обеспечения управления рынком туристской сувенирной продукции,

Во второй главе «Формирование и развитие системы стратегического управления рынком сувенирной туристской продукции» автором определены общие тенденции, проблемы и основные направления развития рынка туристской сувенирной продукции в России и зарубежных странах, предложены методические рекомендации по разработке стратегии управления рынком туристской сувенирной продукции в кризисных условиях; обобщены и систематизированы факторы, влияющие на стратегическое управление исследуемым рынком.

В контексте последующего развития исследования в рамках третьей главы диссертации «Приоритетные направления стратегического развития рынка туристской сувенирной продукции в условиях изменения экономической конъюнктуры» автором сформирован комплекс мер, повышающих эффективность управления рынком туристской сувенирной продукции, корреспондирующий с проводимой в стране экономической политикой на усиление роли цифровых технологий и искусственного интеллекта.

В заключении изложены основные выводы, предложения и рекомендации, сформулированные и обоснованные в процессе решения научных задач выявления тенденций развития управления рынком сувенирной туристской продукции в связи с изменениями в структуре спроса и потребностей туристов и стремительным расширением практики электронной коммерции; формирования механизма управления стратегическим развитием рынка на микро - и макроуровне с учетом выявленных трендов, а также разработки практических рекомендаций по повышению эффективности бизнес -процессов на исследуемом рынке.

В диссертационной работе Юшкова М.В. представлены конкретные предложения по решению комплексной теоретико-методологической проблемы, имеющей важное народнохозяйственное значение; обосновываются и систематизируются подходы к стратегическому управлению развитием рынка туристской сувенирной продукции в современных условиях.

При этом в диссертационной работе представлена методология стратегического управления процессом развития микроуровня данного рынка в условиях возникновения кризисных ситуаций как экономического, так и неэкономического характера, что обладает значительной практической значимостью в условиях современного кризиса, вызванного распространением коронавирусной инфекции в глобальном масштабе.

Обоснованность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций соискателя, сформулированных в диссертации.

Обоснованность положений и выводов, сформулированных в диссертации, определяется тем, что в основу исследования положены труды ведущих отечественных и зарубежных ученых и специалистов по управлению социально-экономическими процессами и рыночными структурами, исследованию механизмов управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов на базе использования инструментов стратегического менеджмента и математического инструментария оценки и повышении эффективности их функционирования с учетом различных факторов влияния внешней и внутренней

среды; формированию адаптивных стратегий роста в условиях кризисных явлений.

Достоверность научных положений, практических выводов и рекомендаций диссертации подтверждается широким спектром изученной литературы по проблематике данной научной работы, учетом действующего законодательства Российской Федерации, аналитических и статистических материалов, представленных на официальных сайтах Правительства РФ, исполнительной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления, профессиональных ассоциаций; апробации результатов исследования, публикаций автора, выступлений на научно-практических конференциях, что подтверждается соответствующими документами.

В процессе диссертационного исследования применялся системно - функциональный подход, рассчитанный на перспективу практического применения результатов исследования; а также теоретические и эмпирические методы, среди которых: логический анализ, дедуктивный синтез, научное обобщение, аналогия, прогнозирование, анализ государственных документов, контент-анализ прессы.

В работе использованы, кроме того, методы системного, структурного анализа, экономико-математического моделирования, экспертных оценок, технической и организационно-экономической преемственности, унификации и типизации, оценки эффективности систем и мероприятий, целевые функции; учтено действующее законодательстве Российской Федерации, регламентирующее деятельность малого и среднего предпринимательства в сфере туризма и рекреации; материалы международных и всероссийских конференций по соответствующей тематике.

Использование данного инструментария обеспечивает научную достоверность и аргументированность полученных научно - исследовательских результатов.

Наиболее существенные научные результаты, полученные соискателем лично и определяющие научную новизну.

В диссертации полно и логично формулируются цель исследования и перечень задач, решение которых позволяет эту цель осуществить.

Основной целью диссертационного исследования является разработка теоретических, методологических и методических положений и управленческих подходов, направленных на обеспечение устойчивого развития и экономического роста на рынке туристской сувенирной продукции на основе повышения эффективности системы стратегического менеджмента на различных уровнях управления.

Научные положения и результаты, сформулированные автором и выносимые на защиту, безусловно, обладают новизной, логично вытекают из содержания диссертации, являются обоснованными и достоверными.

В качестве наиболее существенных научных результатов диссертационной работы можно выделить следующие:

проведено целостное экономико-управленческое перспективное исследование выявленных тенденций и проблем развития российской практики организации и управления рынком сувенирной туристской продукции в контексте использования механизмов и инструментов теории менеджмента, в связи с чем возникает необходимость формирования и апробации методических рекомендаций по разработке стратегии управления рынком туристской сувенирной продукции в кризисных условиях (с. 70-85);

на основе проведенного анализа и систематизации факторов развития зарубежной и российской практики управления рынком сувенирной туристской продукции и прогнозных оценок результатов изменений в современной экономике автором доказано, что важным направлением повышения эффективности стратегического управления на рынке сувенирной туристской продукции следует признать разработку и внедрение новых форм продвижения и реализации сувениров туристского характера посредством использования потенциальных возможностей интернет- технологий организации розничной и оптовой торговли (Стр. 86-97);

выделены основные направления стратегического менеджмента в условиях

влияния фактора модернизации технологического обеспечения и внедрения инноваций на различных уровнях управления (стр.83-85), что позволило определить приоритетные направления стратегического развития рынка туристской сувенирной продукции в условиях изменения экономической конъюнктуры,

развита методология эффективного повышения экспортного потенциала рынка туристской сувенирной продукции в части формулирования авторского определения понятия «экспортный потенциал рынка туристской сувенирной продукции», разработки аналитической формулы для расчета номинальной величины экспортного потенциала рынка туристской сувенирной продукции, создания алгоритма стратегического управления экспортным потенциалом рынка туристской сувенирной продукции (с. 110-123).

Заслуживает особого внимания определенные автором этапы процесса создания и апробации интерактивной карты рынка туристской сувенирной продукции (с. 93-97), включающие в себя разработку системы критериев оценки для выбора как определенной сувенирной продукции, так и ее производителей продукции, виртуализацию основных сувениров-брендов дестинаций на основе дополненной реальности, доступной в офлайн и онлайн режиме и т.д.

Практический интерес представляют разработанные в диссертации и представленные в графической интерпретации концептуальные положения и выводы по:

типологизации возможных стратегий управления рынком туристской сувенирной продукции на основе подробного анализа отечественных и зарубежных авторов (с. 47, рисунок 1.3),

систематизации подходов к моделям стратегического управления рынком сувенирной туристской продукции (с. 58, рисунок 2.1),

формированию и обоснованию алгоритма стратегического управления экспортным потенциалом рынка туристской сувенирной продукции (с. 118, рисунок 3.3).

Следует подчеркнуть полное соответствие научных результатов

постановленным задачам исследования. Представляется, что рецензируемая работа в достаточной мере раскрывает те задачи, которые были поставлены перед ее автором, и цели диссертации достигнуты.

Результаты диссертационной работы Юшкова М.В. получены лично автором, апробированы в публикациях автора и его докладах на международных и всероссийских научно-практических конференциях, среди которых материалы: X международной научно-практической конференции «Современный менеджмент: проблемы и перспективы»; Международной научно-практической конференции «Перспективы и тенденции развития современного инновационного общества в эпоху перемен (экономика, социология, философия, право), .

Автореферат содержит основные положения материала, изложенного в тексте диссертации.

Значимость полученных автором диссертации результатов для развития науки. Диссертационная работа Юшкова М.В. является научным исследованием, развивающим теоретические и методологические положения по формированию научно-методических основ развития современных управленческих подходов, направленных на обеспечение устойчивого развития и экономического роста на рынке туристской сувенирной продукции на основе повышения эффективности системы стратегического менеджмента на различных уровнях управления.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования полученных в диссертации результатов и выводов в процессе разработки органами государственной власти федерального и регионального уровня программ поддержки и развития различных форм частного предпринимательства на рынке сувенирной туристской продукции, дополнений к государственной стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, в том числе в части детализации направлений повышения эффективности функционирования рынка сувениров на основе внедрения цифровых технологий, а также регулирования вопросов развития виртуального

предпринимательства и электронной коммерции применительно к особенностям исследуемого сегмента туристской индустрии в стратегической перспективе.

Замечания по содержанию и оформлению работы.

Несмотря на все положительные стороны, в работе отмечаются следующие недостатки:

1. Соискатель не уделяет достаточного внимания систематизации проблем, связанных с изменениями, происходящими в структуре мирового туристского рынка в развитых странах. А без анализа положительной практики разрешения указанных в диссертационном исследовании проблем, в том числе в сегменте туристской сувенирной продукции, за рубежом невозможно, на наш взгляд, в полной мере спрогнозировать динамику развития национального туристского рынка, а, следовательно, определить оптимальные подходы к стратегическому и тактическому управлению рынком туристской сувенирной продукции.

2. В рецензируемом исследовании не определена четкая продолжительность периодов, на который формируются сценарные прогнозы по результатам внедрения основных направлений стратегического управления рынком сувенирной туристской продукции на микроэкономическом уровне в условиях ухудшения эпидемиологической ситуации (стр. 82 рисунок 2.3.), а лишь присутствует упоминание таких категорий как краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный период.

3. Представляется целесообразным в развернутой и графической форме показать, как дополняют друг друга рекомендации по оптимизации организационного обеспечения функционирования рынка сувенирной продукции, рассмотренные автором на с.37-39. Кроме того, автору следовало бы не только выдвинуть и описать данные рекомендации, но и представить расширенное социально-экономическое обоснование их эффективности в долгосрочной перспективе.

4. В таблице 3.2. с. 89-90 автором представлен сравнительный анализ преимуществ и недостатков организации интернет- торговли сувенирной

туристской продукции по трем альтернативным вариантам. Однако, автору следовало бы не ограничиваться качественным описанием достигнутого уровня по каждому из предложенных критериев сравнения, а предложить количественный механизм оценки интернет- торговли сувенирной туристской продукции и сформировать соответствующую адаптивную шкалу оценки.

5. В текстах диссертационного исследования и автореферата диссертации встречаются стилистические неточности и опечатки.

Однако отмечаемые дискуссионные вопросы и замечания не снижают научной ценности выполненного исследования, его методологического и прикладного значения.

Соответствие работы требованиям, предъявляемым к диссертации.

Структура диссертации соответствует критерию внутреннего единства, что подтверждается наличием последовательного плана исследования. Материал представлен автором в логической последовательности, продиктованной поставленной целью и раскрывающими ее задачами. Диссертация содержит необходимое количество иллюстративного и фактологического материала.

Работа базируется на достаточном количестве примеров, и проведена на высоком уровне. Автор справился с поставленными в исследовании задачами и представил завершенную работу на актуальную тему, имеющую научную и практическую значимость для развития методологии инструментария стратегического управления социально-экономическими системами и процессами, анализа, оценки и корректного учета современных тенденций отечественного и зарубежного опыта стратегического управления рынком туристской сувенирной продукции, повышения экспортного потенциала рынка туристской сувенирной продукции за счет эффективных организационно - экономических механизмов стратегического управления.

Выдвигаемые соискателем теоретические и методологические положения, а также сформированные в диссертации выводы и предложения как результаты исследования являются новыми. Методы научного исследования адекватны и

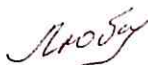
обладают достаточной аналитической глубиной. Эмпирический материал репрезентативен.

Содержание диссертации завершено. Автореферат соответствует диссертации. Публикации соискателя соответствуют содержанию диссертации и отражают полученные им научные результаты.

Таким образом, отмечая несомненную актуальность и новизну рецензируемого диссертационного исследования, подтверждая положительное и продуктивное решение поставленных соискателем задач, обращая внимание на теоретическую и практическую значимость исследования Юшкова М.В., считаем диссертацию «Стратегическое управление рынком туристской сувенирной продукции» отвечающей критериям ВАК Минобрнауки Российской Федерации Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 (в ред. Постановления Правительства РФ от 01.10.2018 № 1168), а автора диссертации — Юшкова Максима Викторовича — заслуживающим присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

Отзыв обсужден и одобрен на заседании кафедры экономики и предпринимательства протокол № 04 от «02» ноября 2020 года.

Председатель заседания,
заведующая кафедрой экономики и предпринимательства
ЧОУ ВО «Балтийская академия
туризма и предпринимательства»
доктор экономических наук (08.00.05),
профессор



Любарская Мария Александровна

197110, Россия, город Санкт-Петербург, ул. Петрозаводская, дом 13, лит. А; тел. (812)235-50-66;

сайт – www.batp.ru; e-mail – mail@batp.ru

Подпись Любарской М.А. заверяю

Начальник ОК Тя (Куркушени Т.А.)

