

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.354.07,  
СОЗДАННОГО НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ», МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ**

о рассмотрении вопроса по лишению ученой степени кандидата экономических наук **Бочарниковой Евгении Владимировны**.

решение диссертационного совета от **17 февраля 2022 года, № 236**

В диссертационный совет из Департамента аттестации научных и научно-педагогических работников Министерства образования и науки Российской Федерации поступило письмо (от 24.12.2021 г. № МН-3/10313, зарегистрировано в СПбГЭУ – 11.01.2022 г.) о рассмотрении заявления Заякина А.В., Ростовцева А.А., Власова В.В. и Бабицкого И.Ф. по вопросу лишения степени кандидата экономических наук Бочарниковой Евгении Владимировны, защитившей диссертацию от 17 марта 2011 г. в диссертационного совета Д 212.255.02 при Сочинском государственном университете туризма и курортного дела на тему «Совершенствование механизма управления рекламной деятельностью в сфере туризма», по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм). Работа выполнена в Сочинском государственном университете туризма и курортного дела.

В соответствии с п. 68 «Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.11.2017 г. № 1093 и решением диссертационного совета от 27.01.2022 г. протокол № 234, была создана комиссия из членов диссертационного совета в составе: д.э.н., профессора Хоревой Л.В. (председатель), д.э.н., профессора Уварова С.А., д.э.н., профессора Лавровой Т.А.

В рамках экспертизы диссертационной работы Бочарниковой Евгении Владимировны были проанализированы следующие материалы, поступившие в диссертационный совет (поступили на электронных носителях в материалах, приложенных к письму Департамента аттестации научных и научно-педагогических работников от 24.12.2021 г. № МН-3/10313 и в электронной системе ЕГИСМ):

1. Полный оригинальный экземпляр текста диссертации Бочарниковой Евгении Владимировны на тему: «Совершенствование механизма управления рекламной деятельностью в сфере туризма» (диссертация 2011 года на соискание ученой степени кандидата экономических наук);

2. Полный текст диссертационной работы на соискание ученой степени кандидата экономических наук Аль-Сенди Анисы Ахмедовны на тему «Повышение эффективности рекламы в системе маркетинговых коммуникаций

гостиничного бизнеса» (диссертация 2009 года на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - маркетинг, сфера услуг), г. Москва);

3. Заявление Заякина А.В., Ростовцева А.А., Власова В.В., Бабицкого И.Ф. от – 14.01.2021 г. № OutMON5809 (далее Заявление).

Экспертиза текстов диссертации Бочарниковой Евгении Владимировны на тему: «Совершенствование механизма управления рекламной деятельностью в сфере туризма» и диссертационной работы Аль-Сенди Анисы Ахмедовны на тему «Повышение эффективности рекламы в системе маркетинговых коммуникаций гостиничного бизнеса», проведенная диссертационным советом Д 212.354.07 в соответствии с поручением Департамента аттестации научных и научно-педагогических работников Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, направленного председателю диссертационного совета Д 212.354.07 д.э.н., профессору Карповой Г.А., связанная с заявлением Заякина А.В., Ростовцева А.А., Власова В.В., Бабицкого И.Ф., показала, что при постраничном сопоставлении текстов было выявлено следующее:

1. Фрагменты диссертации Бочарниковой Е.В. на стр. 10-12, частично совпадающие с фрагментами на стр. 10-12 диссертации Аль-Сенди А.А., представлены в формулировках, которые принято использовать при проведении общего качественного анализа понятий и категорий предметной области исследования. Формулировки используют этимологию понятия «реклама» и различные определения, характеризующие данную сферу экономической деятельности. В частности, речь идет о происхождении термина «реклама», определении Федерального закона «О рекламе», определении Американской маркетинговой ассоциации (АМА) - транслируют известные определения и ссылки, приведенные в списке источников к диссертации. Оба автора использовали определения и понятия, которые были отражены в более ранних, чем опубликованная диссертация, работах ученых и, вероятно, приводились в тексте диссертации как постулаты (аксиомы, положения) науки (например: 28. Дейян А. Реклама. - М.: Прогресс, 1993. - 176 с., 48. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга: Пер. с англ. 2-е европ. изд. М., СПб., Киев: Вильямс, 2006. - 736 с.).

На страницах 11-12 диссертации Бочарникова Е.В. и Аль-Сенди А.А. излагают результаты адаптации общеизвестных материалов, связанных с формулировкой коммуникационной эффективности рекламного рынка, применительно к конкретной задаче – определению инструментов маркетинговой коммуникации. Данные результаты также были представлены ранее в работах: Рожков И. Я. Международное рекламное дело. М., 1994; Блюм, М.А., Молоткова, Н.В. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности: учебное пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 160 с., что не является прямым заимствованием.

Часть материалов, отраженных в указанных фрагментах, посвящена изложению важных для сохранения логики исследования заключений, при этом являющихся общеизвестными фактами.

Отсылка автора к первоисточникам и размещение ссылок на эти первоисточники в библиографии к работе Бочарниковой Е.В. указывает на добросовестное использование автором общеприменимых терминов и определений.

2. Фрагменты на стр. 31 диссертации Бочарниковой Е.В. содержат общеизвестные факты, описаны положения соответствующие деятельности малых и средних предприятий, которыми можно описать предприятия не только туристской сферы, вынесенные в начало раздела и описывают основные принципы использования рекламы в предпринимательской деятельности, которые закреплены уже на уровне учебников для студентов. Сведения, отраженные в данном фрагменте, широко известны не только в научном сообществе, но и в обществе в целом и могут быть отнесены к любому малому или среднему предприятию, не только индустрии туризма и гостеприимства. Говорить о недобросовестном использовании материалов третьих лиц здесь не оснований.

3. Фрагмент на стр. 97 диссертации Бочарниковой Е.В., также является общеупотребимым в предметной области (экономики, маркетинга, рекламной деятельности) утверждением, данный фрагмент является вводным абзацем к изложению положений пар. 3.1. диссертации Бочарниковой Е.В. и применимым к любому предприятию и процессу принятия решений по разработке рекламной кампании и ее обоснованию, что не является предметом научной дискуссии, относится к описательному подходу, который может применить любой исследователь; это скорее определяет необходимость дальнейшего исследования данного вопроса применительно к выбранной теме. Фрагменты на стр. 98-100 диссертации Бочарниковой Е.В. касаются характеристики рекламного цикла, связанного с обоснованием экономической целесообразности рекламы и ее дополнительных эффектов, излагаемую во многих научных и учебных публикациях. Тем самым, информацию, содержащуюся во фрагментах в части обобщения подходов к решению задач оценки эффективности рекламы, можно охарактеризовать как известную и широко используемую специалистами, работающим по данной проблематике. В диссертации Бочарниковой Е.В. была осуществлена адаптация существующих подходов к соответствующей области деятельности – туризму, гостеприимству. Кроме того, в библиографическом списке диссертации Бочарниковой Е.В. представлена работа – первоисточник используемой рекламной модели (53. Кутлалиев А., Попов А. Эффективность рекламы: 2-е издание. М.: Эксмо, 2006.416 с.). Тем самым нет оснований считать данный фрагмент неправомерным заимствованием.

4. Что касается фрагментов на стр. 102-105, то следует указать, что на стр. 102 диссертации Бочарниковой Е.В. имеется ссылка на работы библиографического списка (36. Дымщиц М.И. «Бренд» - это не только дорогая торговая марка, но и... // Рекламные идеи - YES! 1998. № 3. С. 11-14, «The Mental World of Brands»). Фрагменты на стр. 103-105 диссертации Бочарниковой Е.В. являются выводами на основе материала указанного и имеющегося в библиографическом списке источника 53. Кутлалиев А., Попов А.

Эффективность рекламы: 2-е издание. М.: Изд-во Эксмо, 2006. 416 с. применительно к предметной области исследования. Тем самым говорить о неправомерном заимствовании фрагмента из диссертации Аль-Сенди А.А. нет оснований.

5. Фрагменты на стр. 107-108 диссертации Бочарниковой Е.В., представляют собой описание стандартной методики расчёта эффективности рекламы, которая имеет широкое распространение. Изменение показателей связано с тем, что применение одних и тех же методических инструментов для различных объектов требует адаптации методики (системы показателей) к предмету анализа и оценки. Для понимания правильности расчётов следует использовать знание сути явления – в данном случае подходов к оценке эффективности. В текстах двух сравниваемых диссертаций авторами с различных позиций используются одни и тех же формулы, что вполне правомерно, но используемые параметры приводят к различным оценкам. Считаем, что применён часто используемый подход адаптации стандартной методики к собственным задачам автора, оснований считает его неправомерным заимствованием нет.

6. Фрагменты на стр. 115-119, 123-124 диссертации Бочарниковой Е.В. отражают специфику гостиничного бизнеса, в котором выделяются «высокий», «низкий» (Бочарникова Е.В.), «мертвый» (Аль-Сенди А.А.) сезоны, загрузка в выходные и праздничные дни, а также реклама новогодних предложений. Поскольку Бочарникова Е.В. выбрала для апробации предлагаемых рекомендаций по совершенствованию механизма управления рекламной деятельностью в сфере туризма гостиничный сектор, то это привело к похожим рассуждениям авторов. Кроме того, выбранные гостиничные организации – отель «Маринс Парк Отель» (Сочи) и отель «Минск» (Минск) близки по таким характеристикам как: местоположение, привлекательное для деловых туристов (центр города), звездность и объем и структура номерного фонда, что также повлияло на схожесть полученных выводов, однако специфика объектов в диссертациях обоих авторов чётко обозначена, а общий методический подход говорит об использовании устоявшихся методик. Говорить о неправомерном заимствовании нет оснований.

7. Фрагменты на стр. 131-142 диссертации Бочарниковой Е.В. отражают опыт и основные принципы измерения эффективности рекламы крупнейшими рекламными агентствами США; содержат информацию, являющуюся общедоступной и общепризнанной, отражающей устоявшиеся в профессиональной среде знания и представления, адаптированные авторами в рамках исследований к конкурентным условиям сферы туризма и гостеприимства. Фрагменты на стр. 143, 146-147 диссертации Бочарниковой Е.В., отражённые в заключении, являются частью уже проанализированного текста, что свидетельствует о повторении высказанных ранее замечаний. Говорить о заимствовании текста диссертации именно Аль-Сенди А.А. нет оснований.

В целом рассмотрение диссертационным советом Д 212.354.07 заявления

о лишении ученой степени показало следующее.

1. Диссертационный совет не подтверждает наличие фактов нарушения порядка корректного использования Бочарниковой Е.В. материалов третьих лиц, так как результаты научного исследования либо опираются на общеизвестные положения, транслированные во многих научных и учебных публикациях, либо имеют ссылки на научные публикации как размещённые непосредственно в тексте диссертации, так и в библиографическом списке к работе.

2. В заявлении указано 36 страниц с заимствованиями, однако постраничный анализ показал, что в тексте имеются лишь фрагментарные совпадения, что объясняется единством терминологического аппарата, использованным в работах авторов, занимающихся схожими научными проблемами.

3. Что касается научной новизны диссертаций Бочарниковой Е.В. и Аль-Сенди А.А., то следует указать, что результаты, полученные в каждой диссертации, абсолютно индивидуальны и ни в коей мере не пересекаются, что подтверждает наличие самостоятельных научных результатов в работе Бочарниковой Е.В.

В целом рассмотрение диссертационным советом заявления о лишении ученой степени кандидата экономических наук Бочарниковой Е.В., показало необоснованность претензий, изложенных в заявлении о лишении учёной степени Заякина А.В., Ростовцева А.А., Власова В.В., Бабицкого И.Ф.

Диссертационный совет Д 212.354.07, созданный на базе ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» по итогам рассмотрения заявления Заякина А.В., Ростовцева А.А., Власова В.В., Бабицкого И.Ф. о лишении ученой степени рекомендует не лишать ученой степени кандидата экономических наук Бочарникову Евгению Владимировну, защитившую диссертацию 17 марта 2011 г. в диссертационном совете Д 212.255.02 при Сочинском государственном университете туризма и курортного дела на тему «Совершенствование механизма управления рекламной деятельностью в сфере туризма», по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм).

Диссертационный совет считает, что в диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук Бочарниковой Евгении Владимировны на тему «Совершенствование механизма управления рекламной деятельностью в сфере туризма» выполнены требования п. 14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 № 842 (ред. от 11.09.2021 г.) «О порядке присуждения ученых степеней» и «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 30.01.2002 г. № 74, действовавшего на момент защиты диссертации Бочарниковой Е.В.

Учитывая вышесказанное, основания поддержать заявление Заякина А.В., Ростовцева А.А., Власова В.В., Бабицкого И.Ф. о лишении Бочарниковой Е.В. ученой степени кандидата экономических наук отсутствуют.

При проведении открытого голосования диссертационный совет Д 212.354.07 в количестве 17 человек, из них 7 докторов наук по профилю рассматриваемой диссертации (08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм), участвовавших в заседании из 22 человек, входящих в состав совета, проголосовали за лишение ученой степени: за – 0; против – 17; воздержавшихся – нет.

**ПРЕДСЕДАТЕЛЬ**

диссертационного совета Д 212.354.07,

доктор экономических наук, профессор



Карпова Галина Алексеевна

**УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ**

диссертационного совета Д 212.354.07,

доктор экономических наук, профессор

Лаврова Татьяна Анатольевна