

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.354.23 СОЗДАННОГО НА
БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-
ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ, ПО ДИССЕРТАЦИИ
НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК**

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от **08 декабря 2020** года №**77**

О присуждении **Юшкову Максиму Викторовичу**, гражданину Российской Федерации, ученой степени кандидата экономических наук.

Заседание диссертационного совета проводилось в соответствии с Приказом Минобрнауки России № 734 от 22 июня 2020 г. и Письмом Минобрнауки России МН-3/3452 от 17.07.2020 г.

Диссертация **«Стратегическое управление рынком туристской сувенирной продукции»** по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент) принята к защите 08 октября 2020 г. (протокол заседания № 64) диссертационным советом Д 212.354.23, созданным на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» (191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21, Приказ о создании диссертационного совета №107/НК от 02.02.2018 г.).

Соискатель Юшков Максим Викторович, 1988 года рождения. В 2010 году окончил ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный горный институт имени Г.В. Плеханова (технический университет)». В 2015 году окончил ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет». В 2013 году прошел профессиональную переподготовку в НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет экономики и управления». В настоящее время работает старшим преподавателем кафедры экономики и управления в сфере услуг ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

Диссертация выполнена на кафедре экономики и управления в сфере услуг ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», Министерство науки и высшего образования РФ.

Научный руководитель - кандидат экономических наук, доцент Ткачев Вадим Александрович, доцент кафедры экономики и управления в сфере услуг

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», Министерство науки и высшего образования РФ.

Официальные оппоненты:

Воронцова Маргарита Гурьевна, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса;

Пирогова Оксана Евгеньевна, доктор экономических наук, доцент ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», профессор Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли,

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – Частное образовательное учреждение высшего образования «Балтийская академия туризма и предпринимательства»(г. Санкт-Петербург). Отзыв ведущей организации положительный, составлен и подписан председателем заседания, заведующей кафедрой экономики и предпринимательства, доктором экономических наук, профессором Любарской Марией Александровной. Отзыв утвердил ректор академии, доктор педагогических наук, профессора Власова Тамара Ильинична. Ведущая организация указала, что 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. В диссертации полно и логично формулируются цель исследования и перечень задач, решение которых позволяет эту цель осуществить. Научные положения и результаты, сформулированные автором и выносимые на защиту, безусловно, обладают новизной, логично вытекают из содержания диссертации, являются обоснованными и достоверными. Это позволяет характеризовать представленное на защиту научное исследование как научно-квалификационную работу, соответствующую требованиям пп. 9-11 «Положения о присуждении ученых степеней» (в ред. Постановления Правительства РФ от 24.09.2013, №842) к кандидатским диссертациям. Автор диссертационного исследования Юшков Максим Викторович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

Соискатель имеет 14 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации опубликовано 14 работ, из них в рецензируемых научных изданиях - опубликовано 3 работы. Авторский вклад составляет 4,6 п.л. (в общем объеме научных изданий 6,0 п.л.). К наиболее значительным работам соискателя из числа рецензируемых научных изданий относятся:

Юшков, М.В. Развитие рынка сувенирной туристской продукции в условиях межрегиональных туристских проектов/ М.В. Юшков //Вестник Национальной Академии Туризма. -2020. -№ 2(54). –0,5 п.л.;

Юшков, М.В. Анализ основных этапов эволюции рынка туристской сувенирной продукции в контексте современной теории управления /М.В. Юшков, Г.А. Карпова // Финансовая экономика. -2020. --№ 8.–0,6 п.л./0,3 п.л.;

Юшков, М.В. Модели стратегического управления рынком туристской сувенирной продукции /М.В. Юшков // Экономика и предпринимательство. -2020. -№ 9. –0,5 п.л.

Научные работы соискателя отражают результаты проведенного исследования и раскрывают основные положения, выносимые на защиту. В диссертации отсутствуют недостоверные сведения об опубликованных соискателем ученой степени работах. Научные труды представлены статьями в рецензируемых научных изданиях и материалах научных конференций.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1) ФГБОУ ВО «Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта» (г. Санкт-Петербург) от заведующего кафедрой менеджмента и экономики спорта, доктора экономических наук, профессора Верзилина Дмитрия Николаевича (вызывает вопросы авторская формулировка понятия «туристская сувенирная продукция», в которой автор не подчеркивает связь исследуемого рынка с туристским, что не позволяет определить специфику и особенности производства сувениров в контексте учета современных тенденций развития индустрии туризма и гостеприимства (с. 9);

Автор для изложения своей позиции использует некоторые понятия, которые имеют неоднозначные определения в экономической литературе, в частности «экспортный потенциал», что в свою очередь, не позволяет однозначно истолковать точку зрения автора о причинно-следственных связях, отмеченных на рисунке 2 «Алгоритм стратегического управления экспортным потенциалом рынка туристской сувенирной продукции».);

2) ФГОБУ ВО «Финансовый университет при правительстве Российской Федерации», Санкт-Петербургский филиал от директора, кандидата экономических наук, доцента Путихина Юрия Евгеньевича (из автореферата неясно - каковы результаты апробации и внедрения авторских разработок? Какие конкретные социально - экономические эффекты были получены? Возможно, эти сведения представлены в диссертации. По, по нашему мнению, их следовало также привести в автореферате);

3) ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики» (г. Санкт-Петербург) от профессора факультета технологического менеджмента и инноваций, доктора экономических наук, профессора Максимовой Татьяны Геннадьевны (в автореферате уделяется мало внимания обоснованию применения функционально-стоимостного анализа как наиболее эффективного метода оценки целесообразности формирования стратегий управления на рынке сувенирной туристской продукции;

автором также не полно раскрывается обоснование выбора отдельных этапов алгоритма стратегического управления экспортным потенциалом рынка туристской сувенирной продукции (с.17));

4) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения» от профессора кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии, доктора экономических наук, профессора Кроливецкого Эдуарда Николаевича (в представленных на рисунке 1 подходах к моделям стратегического управления рынком сувенирной туристской продукции не в полной мере раскрыты их содержательные элементы с точки зрения теории менеджмента. Целесообразно было бы уточнить на данном рисунке формы, методы, инструменты стратегического управления применительно к каждой из выбранных моделей);

5) ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения» (г. Санкт-Петербург) от профессора кафедры экономики высокотехнологичных производств, доктора экономических наук, профессора Колесникова Александра Михайловича (было бы полезно раскрыть какие именно ключевые области, направления и инструменты реализации стратегических инициатив, показатели эффективности и результативности стратегического управления рынком сувенирной туристской продукции предложены автором в диссертационном исследовании);

б) ОАО «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга» от Вице-президента, кандидата экономических наук Риша Арнольда Марковича (необходимо уделить внимание рассмотрению вопроса практической апробации предложенных авторских рекомендаций по оптимизации методического и нормативно-правового обеспечения функционирования рынка сувенирной продукции (с. 10-11) и оценки трудоемкости их реализации)

Выбор официальных оппонентов обосновывается высокой квалификацией д.э.н., профессора Воронцовой М.Г. и д.э.н., доцента Пироговой О.Е. в области стратегического управления социально-экономическими системами и процессами, их авторитетом в научной среде, наличием за последние 5 лет научных работ, непосредственно связанных с темой оппонируемой диссертации и опубликованных в рецензируемых изданиях.

Выбор ведущей организации – ЧОУ ВО «Балтийская академия туризма и предпринимательства» – обусловлен ее достижениями в области управления социально-экономическими процессами и рыночными структурами, исследования механизмов управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов, а также наличием опубликованных научных работ по тематике диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработана новая научная идея, обогащающая научную концепцию управления экономическими системами применительно к организационно-управленческим особенностям функционирования рынка сувенирной туристской продукции в современных условиях в контексте управления изменениями и необходимости формирования перспективных стратегий обеспечения устойчивого роста российской экономики;

предложены оригинальные суждения, модифицирующие задачи в области управления стратегическим развитием рынка сувенирной туристской продукции, включая приоритетные направления стратегического развития рынка туристской сувенирной продукции в условиях изменения экономической конъюнктуры и влияния кризисных явлений неэкономического характера;

доказана необходимость формирования и последующей практической реализации системы стратегического управления на рынке туристской сувенирной продукции с учетом влияния факторов внешней и внутренней среды как на уровне государственного управления, так и на уровне отдельных субъектов предпринимательской деятельности в условиях российской экономической системы;

введена измененная трактовка понятий «туристская сувенирная продукция», «рынок туристской сувенирной продукции», что позволило выделить и обосновать основные этапы эволюции и развития рынка туристской сувенирной продукции с точки зрения теории управления.

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

применительно к проблематике диссертации результативно использованы комплекс методов исследования, обеспечивающих многофакторную оценку стратегического управления устойчивым развитием рынка туристской сувенирной продукции, на базе чего обоснована возможность совершенствования нормативно-правового и организационного обеспечения управления рынком туристской сувенирной продукции;

изложены аргументы в пользу формирования и развития системы стратегического управления рынком сувенирной туристской продукции в целях повышения эффективности функционирования субъектов хозяйственной деятельности и обеспечения высокого уровня качества и доступности выпускаемой продукции для удовлетворения устойчивого спроса со стороны различных групп потребителей;

раскрыты ключевые области стратегического управления рынком сувенирной туристской продукции на микроуровне, включающие в себя не только основные направления, методы и инструменты, но и базовые экономические показатели эффективности и результативности стратегического управления, сформулированные автором применительно к особенностям исследуемого рынка;

изучены современные тенденции отечественного и зарубежного опыта стратегического управления рынком туристской сувенирной продукции, с целью выявления лучших практик применения инструментов и методов стратегического менеджмента, организации сувенирного производства, сбыта и продвижения продукции с учетом возможностей современной электронной коммерции и внедрения инновационных технологий;

проведена модернизация основных направлений стратегического менеджмента в условиях влияния фактора модернизации технологического обеспечения и внедрения инноваций на различных уровнях управления, что позволило определить приоритетные направления стратегического развития рынка туристской сувенирной продукции в условиях изменения экономической конъюнктуры и сформировать алгоритм управления стратегическим развитием

рынка туристской сувенирной продукции в условиях межрегионального проектирования.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны практические рекомендации по оптимизации организационного обеспечения функционирования рынка сувенирной продукции индустрии туризма, в том числе: необходимость обновления общероссийских классификаторов ОКЗ и ОКВЭД посредством выделения отдельных классификационных групп: «Производство туристской сувенирной продукции», необходимость в разработке единого государственного стандарта качества, регламентирующего не только общие требования к характеристикам и функциональным особенностям туристской сувенирной продукции и ряд других;

определены:

перспективные пути решения ключевых 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;

перспективы практического использования рекомендаций по стратегическому управлению экспортным потенциалом рынка, подразумевающие 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;

создана методика оценки структурных элементов агрегированных величин, используемых для расчета экспортного потенциала рынка туристской сувенирной продукции, на основании которой сформирован и апробирован алгоритм стратегического управления экспортным потенциалом рынка туристской сувенирной продукции на основе реализации программ взаимодействия государства и предпринимательского сектора в долгосрочной перспективе;

представлены: методические рекомендации по разработке стратегии управления рынком туристской сувенирной продукции в кризисных условиях, включающие в себя определение и обоснование ряда направлений стратегического управления рынком сувенирной туристской продукции на

микроэкономическом уровне в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория построена на известных, проверяемых данных и фактах, характеризующих теоретические и методические положения стратегического управления устойчивым и адаптивным развитием рынка туристской сувенирной продукции в современных условиях, что согласуется с данными по теме диссертации, опубликованными ранее;

идея базируется на анализе и обобщении различных теоретических подходов к исследованию современных тенденций и проблем в области организации и управления рынком сувенирной продукции, поведения потребителей, особенностей управления изменениями в индустрии туризма, стратегического менеджмента, государственного регулирования социально-экономических систем и процессов;

использованы сравнения авторских данных с данными, полученными ранее, что обеспечило достоверную аналитическую и статистическую базу для проведения диссертационного исследования;

установлено качественное совпадение полученных результатов с выводами современных отечественных и зарубежных исследователей в области менеджмента и управления социально-экономическими процессами; при этом выносимые на защиту научные положения являются оригинальными и развивают современные теории менеджмента;

использованы современные и классические методики сбора и обработки исходной информации, обеспечившие корректное использование данных Всемирной туристской организации, Федеральной службы государственной статистики, Федерального агентства по туризму, научных и научно-практических публикаций и материалов международных и национальных конференций, а также сведений, размещенных на сайтах предпринимательских структур и исследовательских организаций.

Личный вклад соискателя состоит в:

непосредственном участии на всех этапах изучения, сбора, обработки и анализа исходных данных, при определении цели и постановке задач по разработке теоретических и методических положений диссертации и обосновании ее научных результатов. Лично автором выполнено исследование, направленное на разработку 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;

подготовке публикаций по положениям диссертации, выносимым на защиту;

апробацией результатов диссертационного исследования на научно - практических конференциях, где они получили одобрение научной общественности.

На заседании **08 декабря 2020 года**, протокол **№ 77**, диссертационный совет Д 212.354.23 принял решение присудить **Юшкову Максиму Викторовичу** ученую степень кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

При проведении открытого голосования в ходе заседания диссертационного совета в дистанционном режиме диссертационный совет в количестве 15 человек (в том числе, 8 человек в дистанционном режиме в соответствии с Приказом Минобрнауки России № 734 от 22 июня 2020 г. и Письмом Минобрнауки России МН-3/3452 от 17.07.2020 г.), из них 6 докторов наук по профилю рассматриваемой диссертации (08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент), участвовавших в заседании из 21 человека, входящих в состав совета, дополнительно введены на разовую защиту 0 человек, проголосовали: за – 15, против – нет, воздержались – нет.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ

диссертационного совета Д 212.354.23

доктор экономических наук, профессор

 Уваров Сергей Алексеевич

УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ

диссертационного совета Д 212.354.23

кандидат экономических наук, доцент

 Барабанова Марина Ивановна

08 декабря 2020 г.