

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по научной работе  
ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский  
государственный университет»  
д.х.н., профессор  
С.П. Туник  
«10» июня 2014 г.



ведущей организации – ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет» на диссертационную работу Л.А. Кузнецова по теме «Формирование интегрированной системы продвижения крупного туристского центра на российском и международном рынках туристских услуг», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг)»

#### **Актуальность темы диссертационного исследования**

На сегодняшний день общепризнанным является тот факт, что объем российского рынка сервиса и, в частности, туризма, поступательно увеличивается в течение последних лет. Также необходимо отметить, что туризм, стимулируя генерированную экономическую активность в регионе, выступает как катализатор развития региональной и национальной сферы услуг, в связи с чем его следует рассматривать как важнейший приоритет стратегического развития на всех уровнях управления.

Таким образом, на фоне безусловной актуальности изучения различных аспектов развития туризма, особый интерес вызывают вопросы закономерностей, проблем и особенностей локализации туристских услуг на определенных территориях, в том числе, крупных городах. Как верно отмечает диссертант, взаимопроникновение туристских услуг в большое количество отраслей и сфер деятельности обуславливает необходимость интегрированного подхода к системе управления крупного туристского центра.

При этом автор также останавливается на таком актуальном вопросе, как уточнение понятия «крупный туристский центр», которое активно используется на практике, а также частично изучено в современных научных исследованиях, но по-прежнему представляет интерес для подробного рассмотрения. Однако, автор трактует данный термин с позиции локализации интегрированной совокупности узкоспециализированных, поддерживающих и общетерриториальных групп услуг, материальных объектов и связей между ними в пределах ограниченной территории.

Актуальность темы диссертационного исследования также подтверждается тем фактом, что, невзирая на наличие разнообразных национальных и региональных программ развития туризма, до сих пор учеными и практиками в качестве одной из проблем, препятствующих росту въездных туристских потоков, отмечается неэффективное продвижение, в основе которого лежит отсутствие внятной политики продвижения, обоснования затрат, согласования интересов отдельных участников туристской деятельности и органов государственного управления, не учитываются особенности и уровень развития туризма, региональной конкуренции и т.д.

Таким образом, по мнению автора, на сегодняшний день в практике продвижения крупных туристских центров отсутствует согласованность в рамках управленческого, информационного, правового, ресурсного обеспечения. Также необходимо принимать во внимание, что при продвижении крупного туристского центра требуется значительное вложение ресурсов, в том числе и временных, т.к. формирование привлекательного имиджа дестинации, и, как следствие, устойчивых туристских потоков может характеризоваться таким явлением, на которое автор указывает как на отложенный эффект от продвижения. Вследствие этого, отсутствие системного подхода к проводимой кампании по продвижению КТЦ может привести к недополучению доходов, неэффективному расходованию бюджетных средств и т. д.

Несмотря на значительное количество научных исследований, посвященных вопросам эффективного управления в сфере туризма, в

настоящее время можно отметить отсутствие обоснованных научно-методических разработок по формированию интегрированного системного подхода к продвижению крупного туристского центра. В связи с этим в настоящем диссертационном исследовании решается комплекс задач, таких как научное и организационно-экономическое обоснование предложений по формированию интегрированной, эффективной и сбалансированной системы продвижения совокупного туристского предложения крупного туристского центра на международном и внутреннем рынках туристских услуг.

В рамках выполненного исследования был разработан ряд теоретических положений, актуальность которых можно квалифицировать как крупное научное достижение, что отвечает Положению ВАК РФ «О порядке присуждения ученых степеней».

### **Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций**

Структура и логика диссертации подчиняются содержанию и условиям поставленных задач. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений. Диссертационное исследование изложено на 239 страницах, включая 35 рисунков и 16 таблиц в основном тексте работы, а также 19 приложений.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций подтверждаются тем, что теоретическую и методическую основу диссертационного исследования составляют результаты фундаментальных и прикладных работ в области экономики сферы услуг, экономики туризма, развития и функционирования рынка туристских услуг, повышения его конкурентоспособности. Нормативно-правовой базой работы послужили федеральные и региональные нормативные и законодательные акты в области государственного и муниципального управления, развития туризма и смежных отраслей, инновационного экономического развития, данные Федерального агентства по туризму, Федеральной службы государственной статистики

Исследование выполнено на основе применения принципов и методов системного, логического и экономического анализа. При решении поставленных задач были применены методы статистического анализа, научной классификации предметов и явлений, а также табличные и графические приемы визуализации данных.

Информационной базой также послужил анализ практических данных, собранных автором в период работы над диссертационным исследованием, работы отечественных и зарубежных ученых в области экономической теории, экономики туризма, теории управления, маркетинга, устойчивого развития туризма, публикаций в периодической печати, материалов научно-практических конференций.

Автор рассматривает в работе ключевые теории и концепции а также практические примеры организации продвижения туристских услуг на национальном и региональном уровне, что создает базу для последующего формирования особенностей системы продвижения крупного туристского центра. На основе анализа базовых подходов к организации управления продвижением дестинации на рынке туристских услуг автор предлагает свой алгоритм для построения интегрированной системы продвижения крупного туристского центра, основанный на количественных и качественных оценках.

Достоверность результатов диссертационной работы подтверждается апробацией разработанного алгоритма формирования интегрированного системного подхода к продвижению крупного туристского центра на примере Санкт-Петербурга.

**Новизна научных положений, выводов и рекомендаций** состоит в уточнении и развитии научных и методических и организационных основ эффективного управления продвижением комплексного сервисного продукта крупного туристского центра в рамках интегрированного системного подхода.

Научная новизна исследования отражена в следующих результатах:

1. На основании глубокого, всестороннего и критического анализа до-

ступных информационных источников (стр. 11-20) в диссертации уточнены понятия «крупный туристский центр» (стр. 22-24), «комплексный сервисный продукт крупного туристского центра» (стр. 36), а также расширено понятие рынка туристских услуг применительно к крупному туристскому центру (стр. 27), определены факторы, определяющие особенности рынка туристских услуг (в части туристского предложения) в границах крупного туристского центра, выявлены специфические характеристики рынка туристских услуг (совокупного туристского предложения) КТЦ, что позволило создать методологическую основу для определения места и роли продвижения в системе управления развитием территории как КТЦ.

2. На основе анализа основных положений нормативных документов различного уровня, а также существующей практики управления развитием туризма как важнейшим элементом сервисного сектора экономики города (стр. 47-74), автор выявляет проблемы продвижения крупного туристского центра, обусловленные его специфическими особенностями (стр.75), что позволило обосновать необходимость обособления функции продвижения в системе управления крупным туристским центром, уточнить сущность понятия «продвижение КТЦ», сформулировать условия и ограничения формирования эффективной системы продвижения крупного туристского центра (стр.94).

3. Автор предлагает собственный подход к формированию системы продвижения КТЦ, основанный на сочетании базовых и специфических принципов, что позволило дать авторское определение интегрированной системы продвижения крупного туристского центра, определить цели, задачи и функционал системы (стр. 96-101).

4. В диссертационном исследовании разработана организационно-технологическая последовательность, а также методическое обоснование формирования и функционирования интегрированной системы продвижения крупного туристского центра (стр. 123-129). Диссертантом также разработана методика выбора информационно-коммуникативного инструментария продвижения КТЦ на основе его оптимальности и сбалансированности, что позво-

ляет существенно повысить результативность кампании по продвижению крупного туристского центра в условиях бюджетной эффективности.

Полученные научные результаты обоснованы теоретически и подтверждены экспериментально.

### **Значимость результатов диссертационного исследования для науки и практики**

Вышеуказанные результаты диссертационного исследования вносят большой вклад в развитие как теоретической, так и прикладной науки. Они получены лично соискателем, научно обоснованы и достоверны. Значение этих результатов для науки состоит в углублении и развитии представлений о продвижении комплексного сервисного продукта крупного туристского центра в рамках интегрированного системного подхода.

Теоретические положения, выводы, рекомендации, сформулированные в диссертационной работе, могут быть использованы в качестве конкретного инструмента для решения практических задач в сфере специализированного сервисного сектора городской экономики - туристских услуг. Полученные результаты могут быть использованы в практике разработки и реализации систем продвижения в крупном туристском центре органами государственной и муниципальной власти.

Тем не менее, критический анализ полученных результатов позволил выделить следующие недостатки, устранение которых может повысить ценность данного исследования, а именно:

1. Недостаточно прослеживается разница между интегрированным подходом в системе продвижения на внутреннем и международном рынках туристских услуг. Автору следовало бы отметить, в чем принципиальные различия и особенности, при их наличии.

2. Автору следовало бы также отметить последовательность действий по формированию интегрированной системы продвижения в крупном туристском центре, в котором, в отличие от Санкт-Петербурга, не существует такой консолидирующей структуры, как ГТИБ.

3. Целесообразно было бы остановиться более подробно на принципах и

технологии участия заинтересованных предпринимательских структур крупного туристского центра в интегрированной системе продвижения.

#### Общие выводы

Отмеченные выше недостатки не умаляют научной и практической значимости диссертационного исследования. В целом, диссертационную работу Л.А.Кузнецова можно характеризовать как самостоятельное, законченное, зрелое научное исследование, результаты которого способствуют развитию методических положений по формированию научно обоснованной, эффективной и сбалансированной системы продвижения совокупного туристского предложения крупного города на международном и внутреннем рынках туристских услуг, что, безусловно, играет важнейшую роль в гармоничном экономическом развитии крупных туристских центров и, как следствие, регионов.

Стиль диссертационного исследования соответствует требованиям к стилистике такого рода работ, диссертация содержит большое количество рисунков, таблиц и приложений, развивающих, подчеркивающих и дополняющих результаты авторских разработок.

Важное значение имеет сочетание полученных теоретических результатов с их практическим внедрением, о чем свидетельствуют справка о внедрении в работу результатов диссертации, выданная СПб ГУ «Городской туристско-информационный центр».

Основные теоретические положения и практические результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на научно-практических конференциях, 4 российских и 1 зарубежной. По теме диссертационного исследования автором опубликовано 7 научных работ общим объемом 2,5 п.л., в том числе 5 работ – в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных Высшей аттестационной комиссией Российской Федерации. Результаты работы были использованы Агентством Городского Маркетинга при разработке предложений по повышению эффективности развития туризма в Санкт-Петербурге. Отдельные результаты, содержащиеся в работе, могут быть использованы в

ВУЗах при чтении экономических дисциплин, таких как «Планирование и развитие международного туристского бизнеса», «Экономика туризма», «Туристско-рекреационное проектирование» и др.

Диссертационная работа «Формирование интегрированной системы продвижения крупного туристского центра на российском и международном рынках туристских услуг», выполненная Л.А.Кузнецовым, полностью соответствует п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», а ее автор достоин присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг)».

Отзыв составлен Меляковой Е.В., к.э.н., доцентом кафедры Управления и планирования социально-экономических процессов экономического факультета СПбГУ.

Отзыв рассмотрен на заседании кафедры Управления и планирования социально-экономических процессов экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета и утверждён протоколом № 14 от « 03 » июня 2014 г.

Заведующий кафедрой  
Управления и планирования  
социально-экономических  
процессов экономического факультета СПбГУ,  
д.э.н., профессор,  
Заслуженный работник  
высшей школы РФ

Кузнецов Юрий Викторович

191123, Санкт-Петербург, ул. Чайковского, 62, экономический факультет СПбГУ. Тел./факс факультета: (+7 812) 273-40-50.  
Тел. кафедры: (+7 812) 273-75-27  
Сайт факультета: <http://www.econ.pu.ru>; E-mail: [tour@econ.pu.ru](mailto:tour@econ.pu.ru)



Подпись руки	<i>Ю. В. Кузнецова</i>
УДОСТОВЕРЯЮ	
Принимает № кадром	<i>Ермолова</i>
10 июня 2014 г.	

*С отрывом верхней  
оправаиваем  
16 июня 2014 года*