

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Свиридовой Ольги Ивановны на
тему «Современные методы формирования системы маркетинговых
коммуникаций в туристской организации», представленной на
соискание ученой степени кандидата экономических наук по
специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(маркетинг)**

По оценкам Всемирной туристской организации туризм занимает пятое место среди самых эффективных отраслей. Капитальные вложения в туристскую отрасль превысили 800 млрд. долл. в год, а годовой оборот от туризма в мире приблизился к 4 трлн. долл., что, несомненно, сопровождается устойчивым ростом спроса на курортно-туристские услуги.

В это же время туристская отрасль России все еще продолжает оставаться в состоянии стагнации. Вместе с потерей эффективного механизма управления отечественным туристско-рекреационным комплексом была упущена стратегическая инициатива в привлечении, в первую очередь, внутреннего туриста, что естественным образом повлекло за собой процессы перераспределения туристских потоков в направлении потребления зарубежного туристского продукта. Следствием этого явилось резкое падение спроса на курортно-туристские услуги в сфере внутреннего туризма, сопровождающееся катастрофическим сокращением туристских прибытий наряду с одновременным ростом выездного туризма за пределы России.

Во многом это объясняется продолжающимся процессом становления в России новой экономической модели и реструктуризацией туристской отрасли, а также недостаточным вниманием государства к проблемам туризма, характеризующимся крайне ограниченной поддержкой развития.

Не последнее место среди причин, продолжающих активно тормозить развитие отечественного туристского рынка, занимают проблемы, связанные со слабостью туристской коммуникативной политики как механизма стратегического управления продвижением совокупных туристских продуктов наших территориальных туристско-рекреационных комплексов и российского

национального туристского продукта в целом, отсутствием программ позиционирования и менеджмента брендов российских территориальных туристско-рекреационных комплексов в туристском информационном поле, а именно отсутствием туристских коммуникативных стратегий, направленных на всеобъемлющее продвижение туристских продуктов.

В этих условиях важной задачей представляется формирование системы маркетинговых коммуникаций в туристских организациях.

В связи с этим утверждение Свиридовой О.И. в диссертационном исследовании о необходимости обоснования теоретических и методических положений по разработке и использованию современных методов, обеспечивающих повышение эффективности маркетинговых коммуникаций в туристских организациях с позиций системного подхода, являются актуальными.

Содержание автореферата позволяет сделать выводы по результатам диссертационного исследования Свиридовой О.И.

В диссертационной работе доказано, что создать эффективный механизм маркетинговых коммуникаций, способствующий оперативному принятию решения о покупке тура при условии повышения удовлетворённости туриста, позволит построение единой системы, основанной на непрерывном изучении потребительских предпочтений туристского рынка с целью определения её структуры и содержания информационной компоненты маркетинговых коммуникаций.

Согласны с мнением автора о том, что на современном этапе развития сфера туризма представляет собой институциональный комплекс, который является сложноорганизованной социально-экономической средой маркетинговых коммуникаций.

В связи с этим заслуживает внимания предложенные Свиридовой О.И. модель маркетинговых коммуникационных потоков на туристском рынке и структура информационной компоненты маркетинговых коммуникаций в туристских организациях.

В диссертации предложено модельное решение по формированию системы маркетинговых коммуникаций в туристской организации. На наш взгляд, было целесообразно раскрыть сущность критериальной оценки содержания

информационной компоненты системы маркетинговых коммуникаций (с. 15 автореферата).

По содержанию автореферата можно сделать вывод о том, что результаты, полученные автором, обладают признаками научной новизны и практической значимости.

На основании всего вышесказанного можно сделать вывод, что диссертационная работа Свиридовой О.И. соответствует требованиям, пункта 9 Положения о присуждения ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года №842 и Паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) (область исследования – пп. 9.4, 9.8, 9.22). Ее автор Свиридова О.И. заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

Сведения:

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Ученая степень:

Ученое звание:

Место работы:

Поляков

Владимир

Александрович

доктор экономических наук

профессор

ФГБОУ ВПО

«Финансовый университет

при Правительстве

Российской Федерации»,

Тульский филиал.

заведующий кафедрой

«Экономика, менеджмент и маркетинг»

Должность:

Контактные адреса:

Почтовый адрес: ул. Оружейная, д. 1а, г. Тула, Россия, 300012

Телефон: 8(4872) 260245

e-mail: polyakovva@yandex.ru

«15» мая 2014 года

Личная подпись:

Подпись заверяю:

директор Тульского

филиала Финансового университета



Г.В. Кузнецов

м.п. (гербовая печать)