

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)

Актуальность диссертационного исследования состоит в решении проблем, связанных с повышением эффективности маркетинговых коммуникаций, применяемых туристскими организациями.

Анализ современного состояния туристского рынка показывает, что за последние пять лет количество игроков, реализующих туристские продукты, увеличилось в 1,5 раза, что предполагает поиск новых маркетинговых инструментов, способствующих привлечению дополнительных потребителей туристских услуг.

Необходимость изучения данной проблемы обусловлена объективной значимостью теоретического осмысления, методической проработки и предложения практических рекомендаций по формированию, развитию и реализации системы маркетинговых коммуникаций, учитывающей специфику сферы туризма и оперативно реагирующей на пожелания и предпочтения потребителей.

Таким образом, исследование Свиридовой О.И. на тему «Современные методы формирования системы маркетинговых коммуникаций в туристской организации» является актуальным и значимым с научной и практической точек зрения.

В автореферате представлена авторская модель системы маркетинговых коммуникаций туристской организации, в которую в качестве составного элемента включено управление взаимоотношениями с потребителями (CRM). Более того, в структуре CRM выделен принципиально новый процесс поддержания отношений с туристами (TRS).

Соискателем разработан алгоритм процесса построения комплекса маркетинговых коммуникаций, учитывающий влияние внешних и внутренних факторов развития сферы туризма. Принципиальное отличие модельного решения

заключается в том, оно предполагает предварительное проведение маркетингового анализа, включающего мониторинг данных CRM и бенчмаркинг.

Заслуживает внимание методический подход по формированию системы маркетинговых коммуникаций в туристской организации на стр. 15 автореферата, где в качестве одного из этапов выделена критериальная оценка содержания информационной компоненты маркетинговых коммуникаций. Однако, на наш взгляд, что следовало бы представить основные аспекты данной оценки, изложить более детально технологию ее проведения.

Несмотря на вышеуказанное замечание, диссертационное исследование, выполненное Свиридовой О.И., соответствует требованиям пункта 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 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).

Шатохин Михаил Викторович
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры «Менеджмент и маркетинг»,
ЧОУ ВПО «Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»
305000 г. Курск, ул. Радищева 35,
тел. (4712) 51-36-73

«12» мая 2014 года

Личная подпись:



Подпись: Свиридова О.И.
Подпись: Шатохин М.В.
Подпись: Шатохин М.В.