

**ОТЗЫВ официального оппонента
на диссертацию на соискание ученой степени кандидата
социологических наук Востровой Евгении Игоревны
на тему: «Факторы и инструменты повышения туристической
привлекательности регионов Российской Федерации»
по специальности 5.4.7. Социология управления**

Актуальность представленного исследования Востровой Е.И. обусловлена необходимостью в условиях вводимых ограничений и перехода к стратегиям импортозамещения в различных отраслях определять новые вектора развития туристической отрасли через повышение туристической привлекательности регионов России и активизацию внутреннего туризма. Диссертант выдвигает гипотезу, что *«для реализации стратегии импортозамещения, задающей вектор развития отечественного туризма на ближайшую перспективу, важнейшее значение имеет повышение туристической привлекательности территории, выявление факторов и разработка конкретных технологий, в том числе социально-коммуникативных, для решения этой задачи»* (с.10).

Автор провел тщательную работу по анализу фактологического материала, собраны и систематизированы различные государственные программы по поддержке туризма в России, проанализированы федеральные законы и распоряжения, регулирующие сферу туризма, рассмотрена динамика национального туристического рейтинга за последние четыре года.

Структура диссертации отражает авторскую логику последовательного рассмотрения теоретико-методологических проблем изучения туристической привлекательности регионов, выявления факторов и инструментов повышения привлекательности регионов России для туристов. Такое композиционное построение работы позволяет достичь поставленных цели и задач исследования.

Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, каждый из которых имеет по два параграфа, заключения, списка литературы и приложений. Главы диссертации уравнированы по объему, хорошо

выдержана логика представления материала. Основной текст диссертации представлен на 146 страницах (не включая Приложения). Список использованной литературы отличается необходимой полнотой и актуальностью и включает 164 источника (в том числе, на иностранном языке).

Во введении диссертации Востровой Е.И. подробно представлен методологический аппарат исследования, четко обозначены объект и предмет, цель и задачи исследования, обоснована научная новизна исследования и раскрыты положения, выносимые на защиту. Положения, выносимые на защиту, хорошо обоснованы и все они последовательно раскрываются в работе. На наш взгляд, проведенный автором теоретико-методологический анализ туризма как социального феномена, позволил по-новому систематизировать и проинтерпретировать сложившиеся теоретические подходы к феномену туризма, что определяет новизну представленной работы. Автор дает свое собственное определение туристической привлекательности региона. К несомненным элементам научной новизны следует отнести также: разработку модели факторов и инструментов повышения туристической привлекательности регионов; выстраивание иерархии ключевых факторов туристической привлекательности регионов; определение конкретных инструментов повышения туристической привлекательности регионов.

Представляется необходимым остановиться на ключевых положительных аспектах работы.

Прежде чем подойти к собственно социологическому пониманию туризма как особому социальному феномену, диссертант последовательно рассматривает и другие подходы к изучению туризма (краткое резюме представлено на с.44-45). Так, автор рассматривает туризм как экономическую сферу деятельности, как *«путь постижения культурного пространства»*, как форму психологических отношений (что было достаточно неожиданно увидеть в работе), как продукт потребления (маркетинговые аспекты), как

отдельную сферу для внедрения цифровых технологий. И, наконец, диссертант переходит к собственно социологическому «взгляду» на феномен туризма, опираясь на работы Г. Зиммеля, З. Баумана, Дж. Урри и др.

Особый интерес в первой главе диссертации представляет разработанная автором пяти шаговая социально-коммуникативная технология повышения туристической привлекательности региона (с.64) и модель её реализации, включающая в себя генерацию «тревел контента», формирующего интерес к российским территориям; фокусировку на отдельных популярных в регионе видах туризма с последующей трансляцией мультимедиа контента; создание рекламы; привлечение известных лиц (например, популярных блогеров); популяризация и продвижение слоганов; пиар-кампании на различных форумах; проведение масштабных информационных кампаний по популяризации внутреннего туризма (с.67).

Для выявления влияния факторов и инструментов на формирование и повышение привлекательности отечественного туризма диссертант проводит эмпирическое исследование, применяя методы фокус-группы и экспертного опроса. Было проведено 5 фокус-групп и опрошено 28 экспертов, что позволило автору выявить факторы и инструменты повышения туристической привлекательности регионов Российской Федерации в условиях импортозамещения в сфере туризма. *«По результатам обсуждений в фокус-группах рассмотрены различные группы факторов, определены ключевые статичные (географическое положение и природное наследие, историко-культурное богатство, этническое разнообразие) и динамичные факторы (доступная транспортная система, развитость сферы туристских услуг, эпидемиологическая ситуация ввиду которой введены ограничительные меры на поездки в зарубежные страны). Сформирован перечень факторов, имеющих высокую степень влияния на туристическую привлекательность территории, по мнениям экспертов-представителей московских и региональных туристических организаций, собственников туристического бизнеса»* (с.98).

Интересной и научно обоснованной представляется авторская классификация инструментов повышения туристической привлекательности регионов: *«инструменты можно классифицировать на четыре ключевые группы: коммуникативные инструменты, направленные на повышение имиджа и узнаваемости региона; инструменты, направленные на использование и модернизацию инфраструктурного пространства региона; инструменты, направленные на создание и обновление туристских продуктов; инструменты, направленные на регулирование нормативно-правовой сферы туристской деятельности; инструменты, направленные на цифровую трансформацию отрасли (Большие данные, Искусственный Интеллект)»* (с.121).

Отмеченные стороны диссертационной работы свидетельствуют о том, что поставленные исследовательские задачи Востровой Е.И. успешно решены. Автор продемонстрировал хорошие навыки научного обобщения и систематизации используемого материала, профессиональной оценки довольно сложных научно-прикладных проблем. Работа содержит большое количество интересных и нетривиальных аналитических ходов, сравнений, сопоставлений. Автор демонстрирует высокий уровень компетенции как общей профессиональной, так и связанной непосредственно с тем кругом вопросов, которые рассматриваются в работе. Результаты исследования и способы их получения характеризуются новизной, а автор демонстрирует качества сложившегося самостоятельного исследователя. Заявленная тема раскрыта полно, выводы диссертанта научно обоснованы и достоверны. Разработан перечень авторских рекомендаций по повышению привлекательности отечественного туризма, работа обладает несомненной практической значимостью. Правила цитирования соблюдены, работа хорошо оформлена, представленные диаграммы и таблицы не утяжеляют текст.

Содержание автореферата отражает основные выводы и положения диссертационной работы. Основные положения диссертационной работы отражены в четырех научных публикациях автора в рецензируемых научных

журналах, рекомендованных диссертационным советом МГУ имени М.В.Ломоносова для представления результатов диссертационного исследования по научной специальности 5.4.7. Социология управления. Кроме того, результаты исследования были апробированы автором на международных научных конференциях и форумах и представлены в ряде других публикаций.

Диссертация Востровой Е.И. «Факторы и инструменты повышения туристической привлекательности регионов Российской Федерации» соответствует специальности 5.4.7. Социология управления, а именно следующим ее направлениям: 8. Социальные стратегии и практики в управлении регионами и муниципалитетами; 12. Социальные технологии в системе управления.

При несомненных достоинствах представленной работы, также следует выделить ряд недостатков и замечаний.

1. Во введении на с.11 автор, описывая информационную базу исследования, отмечает, что в основу положены, в том числе, «контент-анализ передач и рекламных роликов на телевидении, посвященных отечественному туризму; три фокус-группы с двумя возрастными категориями населения (18 – 35 лет и 45 – 65 лет)». Сценарий указанной фокус-группы находится в Приложении на с.152, но вот по проведенному контент-анализу возникает много вопросов. Контент-анализ в социологии — это отдельный метод социологического исследования, имеющий свою методологию, устоявшиеся этапы, работу с карточками кодировщика. Метод позволяет перевести текстовую и графическую информацию в количественную, в единицы счета, индикаторы. В диссертации же можно увидеть только поверхностные выводы о том, какие передачи об отечественном туризме смотрят участники фокус-групп (с.82). Сам контент-анализ, его методология и результаты в диссертации в явном виде не представлены.

2. Вызывает вопросы подбор диссертантом участников пяти фокус-групп при проведении эмпирического исследования:

А) взят очень широкий возрастной диапазон при выделении фокус-групп. Например, в первую группу попали люди в возрасте от 18 до 35 лет, это очень большой диапазон, сюда попадают и студенты, и семьи с детьми, это люди с разными предпочтениями в сфере туризма (по поведенческому, социо-демографическому, психографическому критериям сегментации рынка). Было бы целесообразнее разбить группу на подгруппы (18-25, 26-35 лет). То же можно сказать и по второй возрастной группе 45-65 лет (это и семьи с маленькими детьми, и «пустое гнездо» 1 - 2 типа).

Б) Для фокус-группы с участниками 45-65 лет были взяты жители Москвы, многие из которых совершают не менее 4 туристических поездок в год (в тексте не очень четко указано, относится ли это описание только к данной возрастной группе или к участникам всех 5 фокус-групп). Это совершенно особая группа туристов: уровень дохода выше среднего (раз люди могут позволить себе путешествия более 4 раз в год); предпочтения по уровню сервиса, свойственные жителю мегаполиса; это активная часть населения, проявляющая довольно высокую мобильность. Возникает вопрос – как можно полученные результаты по данной группе «активных москвичей» экстраполировать на всех россиян?

3. Вызывают сомнения некоторые выводы проведенного авторского исследования по выявлению факторов и инструментов повышения туристической привлекательности региона. Выделяя факторы привлекательности туристического региона на основе оценки экспертов, автор акцентирует внимание на факторе профессиональной квалификации персонала. *«Профессиональная квалификация сотрудников отрасли как фактор оценен экспертами также в числе ключевых (усредненная оценка 3.3). Опрошенные эксперты уделяют внимание вопросам подготовки, переподготовки и повышению квалификации специалистов для туристической индустрии поскольку для отрасли осуществляется*

подготовка кадров разного уровня (от административного персонала до руководителей и управляющих) (с. 96)». При этом предлагая инструменты повышения туристической привлекательности регионов и опираясь, в том числе, на Стратегию развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, автор не включает в инструменты какие-либо технологии повышения эффективности персонала, занятого в туристической отрасли (с.104-106). Это выглядит не совсем логично, тем более что в самой вышеуказанной Стратегии данные инструменты выделяются (пункт 6 «Кадры и образование»).

4. В работе присутствуют некоторые погрешности в оформлении текста: орфографические ошибки, несогласованность предложений, ряд технических недочетов. Так, упоминая в эмпирическом исследовании блогера Илью Варламова (с.82), автор не делает предусмотренную российским законодательством пометку о том, что Варламов И.А. в марте 2023 года был внесен Минюстом РФ в реестр иностранных агентов.


Вместе с тем, указанные замечания не умаляют значимости диссертационного исследования. Диссертация отвечает требованиям, установленным Московским государственным университетом имени М.В.Ломоносова к работам подобного рода. Содержание диссертации соответствует специальности 5.4.7. Социология управления по социологическим наукам, а также критериям, определенным пп. 2.1-2.5 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В.Ломоносова, диссертация оформлена согласно требованиям Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова.

Таким образом, соискатель Вострова Евгения Игоревна заслуживает присуждения ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления.

Официальный оппонент:

кандидат социологических наук, доцент,
заведующий кафедрой социальных технологий
социологического факультета
ФГБОУ ВО "Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова"

ГАВРИЛЕНКО Ольга Владимировна

 "13" июня 2023 года

Подпись сотрудника Гавриленко О.В. удостоверяю:
Ученый секретарь ученого совета
социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова
д.с.н., проф.



Елишев С.О.

Контактные данные:

тел.: 7(495) 939-59-60, e-mail: soctech@socio.msu.ru

Специальность, по которой официальным оппонентом
защита диссертация:

22.00.08 – "Социология управления"

Адрес места работы: 119234, Москва, ул. Ленинские горы, д.1, стр.33,
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
социологический факультет