

Заключение диссертационного совета МГУ.052.7
по диссертации на соискание ученой степени кандидата наук

Решение диссертационного совета от «16» апреля 2026 г. № 20

О присуждении Ли Тяньтяню, гражданину Китая, ученой степени кандидата экономических наук.

Диссертация «Система потребительских ценностей китайских туристов «серебряного» возраста как основа формирования привлекательности России в качестве направления туризма» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) принята к защите диссертационным советом 26 февраля 2026 года, протокол № 19.

Соискатель Ли Тяньтянь, 1994 года рождения, с 1 октября 2019 года по 30 сентября 2022 года обучался в очной аспирантуре экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Соискатель был прикреплен в качестве соискателя к кафедре маркетинга экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова для подготовки диссертации с 1 ноября 2025 года по настоящее время.

Ли Тяньтянь временно не трудоустроен.

Диссертация выполнена на кафедре маркетинга экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова.

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор Шерешева Марина Юрьевна, заведующий кафедрой маркетинга экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова.

Официальные оппоненты:

- Дерен Иванна Ивановна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин юридического факультета Владимирского юридического института Федеральной службы исполнения наказаний
- Оборин Матвей Сергеевич - доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономического анализа и статистики учебно-финансового

факультета Пермского института (филиала) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

- Шарко Елена Романовна - кандидат экономических наук, старший преподаватель Высшей школы бизнеса Департамента маркетинга Национального исследовательского института «Высшая школа экономики» дали положительные отзывы на диссертацию.

Выбор официальных оппонентов обосновывался их компетентностью, внесением большого вклада в развитие соответствующей научной отрасли, наличием научных разработок и большого числа публикаций по рассматриваемой тематике в указанной сфере исследования.

Соискатель имеет 7 опубликованных работ, все по теме диссертации, из них 5 статей, опубликованных, в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ по специальности и отрасли наук.

1. Шерешева М.Ю., Ли Тяньтянь. Особенности рынка туристических услуг КНР в условиях распространения пандемии COVID-19 // Экономика устойчивого развития. 2021. № 4(48). С. 220-226. 0,89 п.л. (авт. 0,41 п.л.). Импакт-фактор 0,532 (РИНЦ), EDN: PDJKSP.

2. Рыжих А.И., Симен Е, Ли Тяньтянь. Интеграция цифровых технологий маркетинговых коммуникаций в современном ритейле // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 9. С. 202-217. 0,81 п.л. (авт. 0,23 п.л.). Импакт-фактор 0,377 (РИНЦ), EDN: GXL RDI.

3. Li T., Ye X., Ryzhikh A. Consumer behavior in China and Russia: Comparative analysis // BRICS Journal of Economics. 2021. Vol. 2. №1. P. 74-90. 1,12 п.л. (авт. 0,37 п.л.). Импакт-фактор 0,929, (РИНЦ), EDN: UXEJBP.

4. Ли Тяньтянь. Использование маркетинговых инструментов в международном туризме на примере туризма между Россией и Китаем в современных условиях // Инновации и инвестиции. 2022. №1. С. 23-27. (0,58 п.л.). Импакт-фактор 0,741 (РИНЦ), EDN: HOLTGR.

5. Ли Тяньтянь. Влияние рисков на развитие «серебряного» туризма: эмпирические данные о китайских туристах старшего возраста // Инновации и инвестиции. 2025. №12., С. 266-270. (1,24 п.л.). Импакт-фактор 0,741 (РИНЦ), EDN: IBNYBO.

На диссертацию и автореферат поступило 5 дополнительных отзывов, все положительные.

Диссертационный совет отмечает, что представленная диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук является научно-квалификационной работой, в которой на основании выполненных автором исследований содержится решение задачи, имеющей важное значение для развития соответствующей отрасли знаний, связанной с разработкой теоретико-методических подходов к анализу системы потребительских ценностей китайских туристов «серебряного» возраста и формированию на этой основе привлекательности России как направления туризма с учетом воспринимаемой ценности, воспринимаемого риска и поведенческого намерения поездки.

На основе проведенного исследования разработаны рекомендации по формированию ценностного предложения для китайских туристов «серебряного» возраста, посещающих Россию, включая возрастно-ориентированную настройку элементов комплекса маркетинга 7P, использование модели AVMM–RSTAI для оценки привлекательности туристских направлений, а также меры по снижению воспринимаемого риска и барьеров доступности. Выявлены направления дальнейшего развития туристских продуктов для данного сегмента, включая экологические и устойчивые форматы туризма, а также использование инструментов цифровой коммуникации и сопровождения.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных результатов в деятельности федеральных и региональных органов управления туризмом, российских туроператоров, турагентов, принимающих компаний, а также гостиничных и транспортных организаций при проектировании и развитии туристских продуктов, ориентированных на китайских туристов «серебряного» возраста.

Диссертация представляет собой самостоятельное законченное исследование, обладающее внутренним единством. Положения, выносимые на защиту, содержат новые научные результаты и свидетельствуют о личном вкладе автора в науку:

1. Предложенная модифицированная модель 7Р-маркетинга для сегмента китайских туристов «серебряного» возраста, являющаяся развитием маркетинга туристских услуг с учетом возрастных, сенсорных и когнитивных особенностей данной целевой группы, служит основой для проектирования ценностного предложения, ориентированного на повышение привлекательности России как направления туризма.

2. Интегративная модель AVMM–RSTAI, объединяющая матрицу возрастно-ценностного соответствия и индекс туристской привлекательности, позволяет учитывать различия между возрастными когортами китайских туристов «серебряного» возраста, соотносить значимые для них ценности с характеристиками туристского продукта и формировать аналитическую основу для обоснования приоритетов развития российского въездного туризма из КНР.

3. Авторская эмпирическая модель упорядоченной probit-регрессии, апробированная на данных опроса 314 китайских туристов «серебряного» возраста, позволяет выявлять влияние информационной, эмоциональной и социальной компонент воспринимаемой ценности, а также воспринимаемого риска на намерение поездки в Россию, что создает основу для более точной настройки туристского предложения и управленческих решений.

4. Разработанный на основе онлайн-опроса 406 китайских туристов старшего возраста качественно-количественный подход к анализу открытых ответов позволил подтвердить устойчивость базовых жизненных ценностей у различных групп респондентов и показать, что различия в намерении китайских туристов старших возрастов посетить Россию определяются преимущественно воспринимаемым риском и барьерами доступности, а не расхождениями в ценностной структуре.

5. Предложенный комплекс практических рекомендаций для федеральных и региональных органов управления туризмом, российских туроператоров и турагентов, включающий возрастно-ориентированную настройку элементов 7Р, развитие суббренда Visit Red Russia, стимулирование туристических расходов «серебряных» туристов в месте пребывания и сегментация по индексу цифровой грамотности и цифрового посредничества, обеспечивает возможность повышения воспринимаемой ценности российских туристских продуктов китайскими туристами «серебряного» возраста и снижения воспринимаемых ими рисков поездки в Россию, а также создает основу для диверсификации туристских продуктов, включая экологические и устойчивые форматы туризма.

На заседании 16 апреля 2026 г. диссертационный совет принял решение присудить Ли Тяньтяню ученую степень кандидата экономических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 13 человек, из них 5 докторов наук (по специальности рассматриваемой диссертации 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), участвовавших в заседании, из 19 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за 13, против 0, недействительных бюллетеней 0.

Председатель
диссертационного совета

Н. П. Иващенко

Ученый секретарь
диссертационного совета

Н. П. Кононкова

16 апреля 2026 года