

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

доктора экономических наук, профессора Шерешевой Марины Юрьевны
на диссертационную работу Ли Тяньтянь на тему
«Система потребительских ценностей китайских туристов «серебряного» возраста как
основа формирования привлекательности России в качестве направления туризма»,
представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Ли Тяньтянь, выпускник бакалавриата экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова (2017), выпускник магистратуры экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова (2019), в период с 01.10.2019 по 30.09.2022 проходил обучение в очной аспирантуре экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова. В период обучения им был успешно освоен учебный план, сданы кандидатские экзамены (2022), а также подготовлена серия научных публикаций, посвящённых теме диссертационного исследования. В дальнейшем диссертация выполнялась в период прикрепления в качестве соискателя на кафедре маркетинга экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова (01.11.2025–31.10.2026).

При подготовке диссертационного исследования Ли Тяньтянь проявил высокий уровень самостоятельности, развитые аналитические способности и системное мышление. Он продемонстрировал глубокое понимание методологии научного исследования и умение применять как количественные, так и качественные методы, включая глубинные интервью, анкетные опросы, контент-анализ и эконометрическое моделирование (упорядоченная probit-регрессия). Полученные результаты отличаются обоснованностью и корректной интерпретацией и подтверждают способность автора получать новые научные выводы на основе эмпирических данных.

Тема диссертации посвящена разработке теоретико-методических подходов и практических рекомендаций по созданию ценностного предложения для китайских туристов «серебряного» возраста, посещающих Россию, и по повышению привлекательности России как туристской дестинации для данной целевой аудитории. Актуальность исследования обусловлена ростом сегмента «серебряного» туризма, старением населения и необходимостью адаптации инструментов маркетинга туристских услуг к особенностям поведения и системе ценностей потребителей старших возрастов.

Тема диссертации посвящена разработке теоретико-методических подходов и практических рекомендаций по созданию ценностного предложения для китайских туристов «серебряного» возраста, посещающих Россию, и по повышению привлекательности России как туристской дестинации для данной целевой аудитории. Актуальность исследования обусловлена ростом сегмента «серебряного» туризма, старением населения и необходимостью адаптации инструментов маркетинга

туристских услуг к особенностям поведения и системе ценностей потребителей старших возрастов.

В работе проведен анализ и систематизация подходов к пониманию потребительской ценности и ценностного предложения, а также обобщены исследования по маркетингу туристских услуг и поведению туристов старших возрастов. На этой основе обоснованы цель и задачи диссертационного исследования, сформирована концептуальная логика и определены направления эмпирической проверки выдвинутых положений.

В своих научных трудах соискатель разработал и обосновал концептуальную модель 7P-маркетинга для сегмента китайских «серебряных» туристов, дополнив классическую структуру 7P возрастно-ориентированными компонентами; разработал интегративную модель AVMM–RSTAI (Age–Value Matching Matrix – Russia Senior Tourism Attractiveness Index), объединяющую матрицу возрастно-ценностного соответствия (AVMM) и индекс туристской привлекательности (RSTAI); по итогам сопоставительного анализа поведенческих характеристик российских и китайских туристов старших возрастов предложил сегмент-специфические особенности мотиваций, предпочтений и восприятия рисков; на данных опроса 314 китайских «серебряных» туристов (октябрь–ноябрь 2023 г.) построил и апробировал эмпирическую модель упорядоченной probit-регрессии, показав статистически значимое положительное влияние информационной, эмоциональной и социальной ценности и отрицательное влияние воспринимаемого риска на намерение поездки в Россию; на основе онлайн-опроса 2025 г. (406 респондентов) разработал качественно-количественный подход к анализу открытых ответов, использованный как внешняя валидация осей AVMM и роли риска в индексе RSTAI; разработал комплекс практических рекомендаций для органов управления туризмом и участников рынка по повышению воспринимаемой ценности и снижению воспринимаемых рисков, включая предложения по развитию суббренда Visit Red Russia и меры по снижению утечки доходов от пребывания китайских «серебряных» туристов в России.

Обоснованность и достоверность выводов обеспечиваются соблюдением методологии исследования, использованием репрезентативной информационно-эмпирической базы, применением комплекса методов математико-статистической обработки данных и сопоставлением результатов количественного анализа с данными внешней качественной валидации.

Основные результаты диссертационного исследования отражены в 7 научных публикациях общим объемом 6,62 п.л. (авт. – 3,30 п.л.), в том числе в 5 статьях общим объемом 4,64 п.л. (авт. – 2,83 п.л.) в изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ по специальности и отрасли наук. Положения работы прошли апробацию на 11 международных научных и научно-практических конференциях.

Диссертационная работа Ли Тяньтянь представляет собой самостоятельное завершённое научное исследование. Полученные результаты имеют теоретическую и практическую значимость для развития въездного туризма из КНР и для разработки инструментов маркетинга туристских услуг, ориентированных на потребителей старших

возрастов.

Считаю, что диссертация Ли Тяньтянь соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, и может быть представлена к защите в диссертационном совете МГУ.052.7 по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук.

Научный руководитель,
доктор экономических наук,
профессор

Шерешева М.Ю.

1 декабря 2025 г.