

В диссертационный совет МГУ.052.7
Московского государственного
университета имени М.В. Ломоносова

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы Ли Тяньтяня на тему
Система потребительских ценностей китайских туристов
Серебряного возраста как основа формирования привлекательности России в
качестве направления туризма», представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 Региональная и
отраслевая экономика (маркетинг)

Автореферат диссертации Ли Тяньтяня, посвященной исследованию системы потребительских ценностей китайских туристов «серебряного» возраста и факторов формирования привлекательности России как туристского направления, свидетельствует о том, что работа посвящена актуальной и практически значимой проблематике. Усиление конкуренции между туристскими дестинациями, структурные демографические изменения и рост роли старших возрастных групп в туристском спросе обуславливают необходимость более точного понимания мотивов выбора, воспринимаемой ценности и рисков, влияющих на намерение поездки.

Избранный автором подход позволяет связать теоретические представления о потребительской ценности и воспринимаемом риске с задачами формирования ценностного предложения и сервисного сопровождения в туризме. В автореферате отражена логика исследования и проработанность теоретико-методологической базы, включая анализ отечественных и зарубежных источников по проблематике потребительской ценности, поведения туристов старших возрастных групп и факторов выбора туристской дестинации.

Следует отметить использование сочетания качественных и количественных методов исследования (с. 9 а/р). Судя по автореферату, эмпирическая часть включает глубинные интервью с представителями туристской отрасли, анкетные опросы целевой аудитории, анализ открытых ответов, а также эконометрическое моделирование на основе упорядоченной probit-регрессии. Применение смешанного дизайна исследования повышает обоснованность выводов и позволяет выявлять влияние ключевых детерминант воспринимаемой ценности и риска на намерение посещения России китайскими туристами старших возрастных групп.

Практическая значимость работы состоит в разработке рекомендаций, ориентированных на участников туристского рынка и систему управления туризмом, позволяющих повысить воспринимаемую ценность туристского предложения (а/р, с. 7) и снизить воспринимаемые риски для целевой аудитории.

К материалам, представленным в автореферате, можно высказать ряд замечаний.

Во-первых, в автореферате предложены практические рекомендации (в том числе через 7Р и клиентский путь). Однако, следовало бы более явно показать переход от ключевых результатов исследования к управленческим решениям: какие именно детерминанты (ценность/риск) закрываются какими конкретными мерами (1–2 примера, без детализации).

Во-вторых, за пределами автореферата остались результаты сравнения российского и китайского рынка туризма.

В-третьих, стоило раскрыть, какие изменения произошли за последние годы в структуре потребностей и ценностных ориентациях «серебряных» туристов.

Наконец, не получил должного внимания феномен производного спроса на туристские услуги как вовлечение в поездки представителей поколения G-2

(внуки и внучки) и тем самым имеющие место на практике расширение совокупного спроса, генерируемого сегментом «серебряный возраст».

Тем не менее, в целом можно заключить, что автореферат отражает завершенное, логически выстроенное исследование, соответствующее критериям, установленным в Положении о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова. На основании рассмотрения автореферата диссертационного исследования на тему «Система потребительских ценностей китайских туристов «серебряного» возраста как основа формирования привлекательности России в качестве направления туризма» можно сделать вывод, что автор исследования Ли Тяньтянь заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Согласен на сбор, обработку, хранение и размещение в сети «Интернет» моих персональных данных (в соответствии с требованиями Приказа Минобрнауки России № 662 от 1 июля 2015 года), необходимых для работы диссертационного совета № МГУ.052.7 (08.04).

Профессор кафедры маркетинга
Высшей Школы Менеджмента
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный университет»,
д.э.н., профессор

Черенков В.И.

24.03.2026 г.

Контактная информация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет».

Почтовый адрес: 199034, Российская Федерация, Санкт-Петербург, Университетская набережная, д. 7/9.

Телефон: +7 (921) 883-99-47, Адрес электронной почты: cherenkov@gsom.spbu.ru