

## **ОТЗЫВ**

официального оппонента на диссертацию  
на соискание ученой степени кандидата экономических наук Ли Тяньтянь  
на тему: «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)

### **Актуальность темы исследования**

Диссертационное исследование Ли Тяньтяня посвящено актуальной и практически значимой проблеме - разработке теоретико-методических подходов и практических рекомендаций по формированию привлекательности России как направления туризма для китайских туристов «серебряного» возраста.

Актуальность работы обусловлена несколькими обстоятельствами.

Во-первых, в условиях демографического старения и роста сегмента потребителей старших возрастов «серебряный» туризм становится одним из наиболее перспективных направлений развития туристского рынка.

Во-вторых, Китай остается одним из ключевых внешних рынков для российского въездного туризма, однако специфика мотиваций, ценностей и воспринимаемых рисков китайских туристов старшего возраста до настоящего времени исследована недостаточно.

В-третьих, для российского туристского рынка особое значение имеет не только привлечение потока туристов из КНР, но и повышение ценности туристского предложения таким образом, чтобы пребывание китайских туристов в России приносило больший социально-экономический эффект принимающей стороне.

Следует подчеркнуть, что автор рассматривает заявленную проблему не изолированно, а в широком эволюционном контексте туристского спроса, цифровизации клиентского пути, трансформации маркетинга услуг и усиления роли воспринимаемого риска в принятии решения о поездке. Это позволяет связать вопросы маркетинга туристских услуг, поведения потребителей и межстранового позиционирования туристского направления. В этой связи диссертационное исследование Ли Тяньтяня обладает несомненной научной новизной и высокой актуальностью, как для экономической науки, так и для практики управления туризмом.

## **Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации**

Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций, представленных в диссертации, обеспечивается корректной постановкой цели и задач исследования, логичной структурой работы, а также последовательным переходом от теоретического анализа к эмпирической проверке и разработке практических рекомендаций.

Автор опирается на значительный массив российских и зарубежных исследований по проблематике маркетинга туристских услуг, поведения потребителей, воспринимаемой ценности, «серебряного» туризма, цифровизации клиентского пути туриста и позиционирования туристских дестинаций. Теоретический анализ в первой главе подводит к обоснованию возрастно-ориентированной интерпретации модели 7P применительно к китайским туристам старших возрастов (с. 44-46). Во второй главе проведен содержательный сравнительный анализ китайского и российского туристских рынков, а также предложена интегративная модель AVMM-RSTAI (с. 83-87). В третьей главе теоретические положения получают эмпирическую проверку на материалах опросов и используются как основа практических рекомендаций (с. 108-136).

Таким образом, ключевые положения, выводы и рекомендации диссертации логически взаимосвязаны, аргументированы и в достаточной степени обоснованы.

## **Достоверность положений, выводов и рекомендаций исследования**

Достоверность результатов исследования обеспечивается использованием адекватного поставленным задачам теоретико-методического инструментария и разнообразной эмпирической базы.

В работе использованы общенаучные методы анализа и синтеза, сравнительный подход, методы глубинного интервью и опроса, элементы обоснованной теории (Grounded Theory), а также эконометрический инструментарий, включая упорядоченную probit-модель и проверки устойчивости результатов (с. 108-119). Эмпирическая часть исследования опирается на данные опроса 314 китайских туристов «серебряного» возраста, проведенного в 2023 г., а также на дополнительную волну онлайн-опроса 2025 г. (406 респондентов), использованную для анализа открытых ответов и внешней валидации результатов (с. 120-123).

Достоверность выводов повышается также за счет использования широкого круга вторичных источников: международных статистических баз, российских и китайских официальных материалов, отраслевых данных и результатов собственных исследований автора. Основные положения работы нашли отражение в научных публикациях и прошли апробацию на научных конференциях. Это позволяет признать выводы и рекомендации диссертации в достаточной степени достоверными и апробированными.

## Научная новизна диссертационной работы

В диссертации представлены положения и результаты, содержащие элементы научной новизны и вносящие вклад в развитие исследований в области маркетинга туристских услуг, поведения потребителей и формирования привлекательности туристских направлений для старших возрастных когорт.

К наиболее существенным научным результатам диссертационного исследования, характеризующимся новизной, можно отнести следующие:

- разработана возрастно-ориентированная интерпретация модели 7P применительно к сегменту китайских «серебряных» туристов, в которой элементы Product, Price, Place, Promotion, People, Process и Physical evidence соотнесены с ценностными ожиданиями и воспринимаемыми рисками туристов старших возрастов (с. 44-46, 143);

- предложена интегративная модель AVMM-RSTAI (Age-Value Matching Matrix - Russia Senior Tourism Attractiveness Index), объединяющая матрицу возрастно-ценностного соответствия и индекс привлекательности дестинации с учетом риска, что позволяет связать жизненный этап туриста, систему значимых для него ценностей и характеристики принимающего направления (с. 83-87);

- на основе сравнительного анализа китайского и российского рынков туристских услуг выявлены сегмент-специфические особенности развития «серебряного» туризма, а также показана роль цифровых каналов, транспортной доступности, платежной инфраструктуры и сервисной среды в формировании привлекательности российских направлений для китайских туристов старшего возраста (с. 49-65, 77-92);

- разработана и апробирована эмпирическая модель упорядоченной probit-регрессии, описывающая влияние отдельных компонентов воспринимаемой ценности и воспринимаемого риска на намерение посещения России китайскими «серебряными» туристами; показана значимость прежде всего информационной, эмоциональной и социальной ценности, а также отрицательное влияние риска на готовность к поездке (с. 108-119);

- на основе дополнительной волны онлайн-опроса 2025 г. предложен качественно-количественный подход к анализу открытых ответов как внешней валидации основных выводов исследования, что позволило уточнить устойчивость базовых жизненных ценностей и роль барьеров доступности и риска в формировании намерения поездки (с. 120-123, 143-144);

- разработан комплекс практических рекомендаций для органов управления туризмом, туроператоров и турагентов, включая предложения по оптимизации туристского продукта, снижению воспринимаемого риска, развитию суббренда Visit Red Russia и уменьшению утечки доходов в КНР за счет расширения локальных сценариев потребления в России (с. 127-136).

Научные положения диссертационной работы сформулированы самостоятельно и отражают личный вклад автора в развитие исследуемой проблематики.

### **Теоретическая и практическая ценность полученных результатов**

Теоретическая значимость работы состоит в том, что она расширяет представления о механизмах формирования ценностного предложения в туризме применительно к старшим возрастам, а также соединяет в единой аналитической рамке маркетинг услуг, теорию воспринимаемой ценности, поведенческие намерения туристов и риск как фактор принятия решений.

Практическая значимость диссертации заключается в возможности использования ее результатов федеральными и региональными органами управления туристической отрасли, туроператорами, принимающими компаниями, гостиничными и транспортными организациями при разработке туристских продуктов для китайских туристов старшего возраста. Особую ценность имеют предложенные автором подходы к возрастной адаптации маркетинг-микса 7Р, позиционированию российских направлений, развитию двуязычной сервисной среды, снижению неопределенности и повышению локального потребления в местах пребывания туристов. Материалы исследования могут быть также использованы в учебном процессе и в дальнейших эмпирических исследованиях по маркетингу туристских услуг.

### **Дискуссионные положения работы, замечания и рекомендации в адрес соискателя**

Отмечая общую высокую оценку результатов, полученных автором, следует указать на некоторые дискуссионные моменты и замечания.

Представляется целесообразным более явно обозначить границы применимости предложенных рекомендаций: для какого типа поездок и каналов организации (групповые / индивидуальные, туроператор / самостоятельный турист) они наиболее релевантны, и какие элементы являются универсальными.

Также необходимо пояснить, какие элементы зарубежной практики развития туризма для лиц старшего возраста были проанализированы при подготовке исследования и какие из них могут быть адаптированы к условиям развития въездного туризма из КНР с учетом специфики целевой аудитории.

Высказанные замечания не снижают общей положительной оценки диссертационного исследования.

Диссертация Ли Тяньтяня на тему «Система потребительских ценностей китайских туристов «серебряного» возраста как основа формирования привлекательности России в качестве направления туризма» отвечает требованиям, установленным Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова к кандидатским диссертациям.

Содержание диссертации соответствует специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в частности, следующим пунктам паспорта специальности: 10.3. Концептуальные основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга; 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; 10.9. Поведение потребителей как фактор определения маркетинговых стратегий.

Таким образом, Ли Тяньтянь заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 - Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Официальный оппонент:  
кандидат экономических наук,  
старший преподаватель Департамента маркетинга  
Высшей школы бизнеса  
Национального исследовательского университета  
«Высшая школа экономики»

**Шарко Елена Романовна**

«30» марта 2026 г.

Контактные данные:  
тел.: 7(915) 344-72-28, e-mail: [esharko@hse.ru](mailto:esharko@hse.ru)  
Специальность, по которой официальным оппонентом  
защищена диссертация:  
08.00.04 – Экономика и управление предприятиями (по видам экономической  
деятельности)  
Адрес места работы:  
101000, Российская Федерация, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20,  
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
Высшая школа бизнеса, департамент маркетинга  
Тел.: +7 (495) 531-00-00; e-mail: [hse@hse.ru](mailto:hse@hse.ru)