

## **ОТЗЫВ**

официального оппонента на диссертацию  
на соискание ученой степени кандидата экономических наук Ли Тяньтяня  
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 Тяньтянь посвящено актуальной научной и прикладной проблеме – выявлению системы потребительских ценностей китайских туристов «серебряного» возраста и использованию этой системы в качестве основы для повышения привлекательности России как направления въездного туризма.

Актуальность темы обусловлена рядом обстоятельств. Во-первых, в мировой и китайской практике усиливается значение «серебряного» туризма как сегмента, связанного со старением населения, ростом продолжительности жизни и изменением структуры туристского спроса. Автор убедительно показывает это на материале эволюции теоретических подходов к потребительской ценности, особенностей старших возрастных когорт и трансформации маркетинга туристских услуг (с. 12–46). Во-вторых, Китай объективно остается одним из наиболее значимых внешних рынков для российского въездного туризма, однако

именно сегмент туристов старшего возраста до настоящего времени был изучен фрагментарно, особенно применительно к восприятию России как туристской дестинации (с. 49–64, 77–92).

В-третьих, работа имеет не только исследовательское, но и выраженное практическое значение, поскольку речь идет не просто о привлечении китайских туристов в Россию, а о формировании такого ценностного предложения, которое одновременно учитывает ожидания и ограничения «серебряных» туристов, снижает воспринимаемый риск и повышает экономическую отдачу для принимающей стороны. В этом смысле диссертация отвечает актуальным задачам развития российского въездного туризма, маркетинга дестинаций и возрастно-ориентированной настройки туристских услуг.

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

Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций обеспечивается логикой исследования, последовательностью изложения материала и корректным сочетанием теоретического, сравнительного и эмпирического анализа. Структура диссертации выстроена последовательно: в первой главе систематизируются теоретические подходы к потребительской ценности, ценностному предложению и маркетингу туристских услуг, а также раскрывается специфика «серебряного» потребителя (с. 12–48); во второй главе проводится сравнительный анализ китайского и российского рынков туристских услуг и предлагается интегративная модель AVMM–RSTAI (с. 49–92); в третьей главе полученные теоретические положения проходят эмпирическую проверку и переводятся в плоскость практических рекомендаций (с. 94–144).

Автор опирается на значительный круг российских, зарубежных и китайских источников, адекватно использует достижения теории поведения

потребителей, маркетинга услуг, маркетинга взаимоотношений и исследований туристского спроса. Важным достоинством работы является стремление связать абстрактные категории ценности и риска с конкретными параметрами туристского предложения, клиентского пути и маркетинг-микса 7Р применительно к пожилым туристам из КНР (с. 44–46, 127–134).

Следует также отметить достаточную обоснованность предложенных практических выводов. Они не оторваны от эмпирических результатов, а соотносятся с выявленными ценностными приоритетами, ограничениями и барьерами, включая вопросы безопасности, цифрового посредничества, сервисной среды, локализации коммуникации и удержания расходов туристов в России (с. 112–119, 127–139, 141–144).

### *Достоверность результатов исследования*

Достоверность результатов исследования обеспечивается применением адекватного методического инструментария и опорой на разнородную эмпирическую базу. В работе использованы сравнительный анализ, анкетирование, качественно-количественный анализ открытых ответов, а также эконометрический инструментарий, включая упорядоченные probit-модели, оценку модерационного эффекта риска и проверки устойчивости результатов (с. 108–119).

Эмпирическая часть исследования основана на данных опроса 314 китайских «серебряных» туристов, а также на дополнительной волне онлайн-опроса 2025 г. (N = 406), использованной как внешняя проверка выбранных ценностных измерений и роли риска в предложенной автором концептуальной рамке (с. 120–126, 142–144). Существенно, что автор не ограничивается декларативным описанием результатов, а показывает, какие именно компоненты воспринимаемой ценности статистически значимы для намерения поездки и

каким образом риск ослабляет положительное влияние ценности на готовность посетить Россию (с. 112–118).

Результаты исследования апробированы в научных публикациях автора и соотносятся с материалами заключения диссертации, где итоги теоретического и эмпирического анализа представлены в систематизированном виде (с. 141–144). Это позволяет признать положения, выводы и рекомендации диссертации в достаточной степени достоверными.

***Научная новизна и практическая значимость положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации***

Представленная диссертационная работа обладает научной новизной, теоретической и практической значимостью. К числу наиболее существенных результатов, содержащих элементы научной новизны, представляется возможным отнести следующие.

1. На основе систематизации научных подходов к потребительской ценности, ценностному предложению и маркетингу туристских услуг уточнена исследовательская рамка изучения китайских туристов «серебряного» возраста как особой целевой аудитории, для которой значимы не только функциональные, но и эмоциональные, социальные, информационные и риск-ориентированные характеристики туристского предложения (с. 12–46, 94–105).

2. Проведен сравнительный анализ китайского и российского рынков туризма, позволивший выявить различия в этапах развития, в логике формирования спроса и в институциональных предпосылках развития «серебряного» туризма, а также предложена интегративная модель AVMM–RSTAI, связывающая возрастно-ценностное соответствие и привлекательность российского направления для китайских пожилых туристов (с. 50–74, 83–92).

3. Разработана и эмпирически апробирована модель оценки влияния воспринимаемой ценности и риска на намерение посещения России китайскими туристами старшего возраста. Показано, что информационная, эмоциональная и социальная ценности оказывают статистически значимое положительное влияние, тогда как воспринимаемый риск действует в противоположном направлении и ослабляет готовность к поездке (с. 108–119, 142–143).

4. В работу введен дополнительный эмпирический контур в виде анализа свободных ассоциаций и открытых ответов респондентов, что позволило не только уточнить ценностные ориентации и барьеры доступности, но и осуществить внешнюю проверку устойчивости основных выводов исследования (с. 120–126, 142–144).

5. Разработан комплекс практических рекомендаций для российских субъектов туристского рынка, включая возрастно-ориентированную настройку элементов 7P, предложения по формированию суббренда Visit Red Russia, развитию сервисной и платежной инфраструктуры, а также меры по снижению утечки доходов от пребывания китайских «серебряных» туристов в России (с. 127–139, 143).

Практическая значимость результатов диссертации заключается в возможности их использования органами государственного управления, региональными и городскими структурами, туроператорами, принимающими компаниями, гостиничными и транспортными организациями при разработке программ продвижения России на китайском рынке, а также при формировании туристских продуктов для старших возрастных когорт.

### ***Замечания по диссертации***

Несмотря на общую высокую оценку представленной работы, исследование не лишено отдельных дискуссионных моментов.

Уместно было бы дополнительно уточнить используемый понятийный аппарат: в частности, более явно обозначить, как в работе соотносятся ключевые категории «потребительская ценность», «воспринимаемый риск» и «намерение поездки», а также каким образом эти категории операционализированы в инструментарии опроса.

Представляется, что было бы целесообразно привести в работе 1–2 кратких примера практического применения предложенной адаптации 7Р (например, какие элементы Process/People/Physical evidence в наибольшей степени снижают риски на этапе «до поездки»).

Указанные замечания не снижают общей положительной оценки диссертации и носят преимущественно рекомендательный характер.

***Заключение о соответствии диссертации критериям положения о присуждении ученых степеней***

Диссертация Ли Тяньтянь на тему «Система потребительских ценностей китайских туристов «серебряного» возраста как основа формирования привлекательности России в качестве направления туризма» представляет собой самостоятельное, завершённое научно-квалификационное исследование, содержащее положения, выводы и рекомендации, обладающие научной новизной, теоретической и практической значимостью. Автореферат и опубликованные работы отражают основные результаты диссертации.

По своему содержанию диссертация соответствует специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), прежде всего в части исследований поведения потребителей, маркетинга услуг, маркетинга дестинаций и разработки маркетинговых решений для целевых сегментов рынка.

По совокупности основных квалификационных признаков диссертационная работа Ли Тяньтянь соответствует критериям, установленным в Положении о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова, 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, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономического анализа и статистики учебно-финансового факультета Пермского института (филиала) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

Оборин Матвей Сергеевич

27 марта 2026 г.

Подпись Оборина М.С. доктора экономических наук, профессора заверяю:

Контактные данные:

тел.: +7 (342) 282-57-53, e-mail: kafedraeais@mail.ru

Специальность, по которой официальным оппонентом защищена диссертация: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

Адрес места работы:

614070, Пермь, бульвар Гагарина, д. 57

Пермский институт (филиал) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

Тел.: +7 (342) 282-57-45; e-mail: perm@rea.ru