

ОТЗЫВ

**на диссертацию на соискание степени доктора философии (PhD)
по специальности 6D051100 – «Маркетинг»
Абдунуровой Асем Абдунуровны
на тему: «Формирование модели поведения потребителей в
туризме на основе цифровых технологий»**

Диссертационная работа Абдунуровой Асем Абдунуровны на тему «Формирование модели поведения потребителей в туризме на основе цифровых технологий» посвящена актуальной проблеме формирования покупательского поведения в цифровую эпоху. Число людей, выбирающих онлайн-покупки во всем мире, практически сравнялось с офлайн-аудиторией. Так как же влияют цифровые технологии на выбор покупателей в туризме, что формирует их спрос и какова реакция на цифровой сервис, есть ли разница в поведении покупателей в зависимости от региона проживания и уровня влияния цифровых технологий? Все эти вопросы попыталась решить в своем исследовании соискатель. Поэтому актуальность темы выбранного исследования не вызывает сомнений.

Абдунурова А.А. четко сформировала цели исследования, определилась с задачами и решила поставленную научно-исследовательскую проблему. Показала себя думающим ученым, решив задачу оценки индекса использования цифровых технологий в туризме, обобщив международный опыт. Если учитывать, что туристский продукт относится к нематериальным услугам и его сложно измерить, то можно сказать, что соискатель применила новый подход в решении научно-исследовательской задачи.

Работая над диссертацией, она обработала большой объем научного и статистического материала и сформировала статистически значимую взаимосвязь между уровнем проникновения Интернет и уровнем использования цифровых технологий в секторе туризма. Ей также была выявлена и предложена значимая взаимосвязь между социально-экономическими характеристиками потребителей и частотой использования социальных сетей, частотой путешествий, поведением потребителей до и после покупки туристических услуг.

Большую практическую ценность имеют предложенные ей рекомендации по использованию цифровых технологий в продвижении туристических услуг Казахстана. Надо отметить, что никто из отечественных ученых маркетологов ранее этой задачей не занимался.

С самого начала исследовательская работа была логически выстроена. Соискатель обработала большой объем научно-теоретической информации, методологию теоретических и экспериментальных материалов, моделей поведения потребителей в туризме, влияние и роль социальных медиа на поведение потребителей. На основе изученного материала, во второй главе, был проведен анализ цифрового поведения потребителей и оценка использования цифровых технологий в туризме, выявлены закономерности, и, уже в третьей главе автор предлагает собственную модель формирования

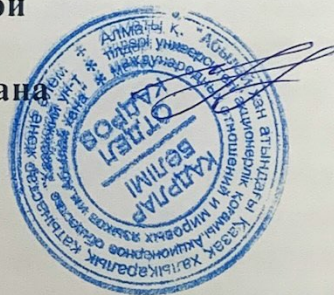
поведения потребителей в социальных сетях в туризме на примере отечественных потребителей.

Все это дает право судить об Абдунуровой А.А. как о целенаправленном, ответственном докторанте, хорошо владеющим как теоретическими основами так и практическими навыками молодого ученого.

В целом докторанта можно охарактеризовать как инициативного научного работника, умеющего решать поставленные исследовательские задачи и достойного степени доктора философии (PhD).

Считаю, что диссертация Абдунуровой Асем Абдунуровны на тему: «Формирование модели поведения потребителей в туризме на основе цифровых технологий» соответствует требованиям Положений КОКСОН МОН РК, а сам докторант степени доктора философии (PhD) по специальности 6D051100 – «Маркетинг»

**Научный консультант,
д.э.н., доцент, проректор
по научной и инновационной
деятельности
КазУМОиМЯ им.Абылай хана**



Успанова М.У.

«20» января 2021 г.