

Спеціалізованій вченій раді ДФ 26.055.064
Державного торговельно-економічного
університету,
02156, м. Київ, вул. Кіото, 19

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу
Чернеги Олени Михайлівни
на тему «Репутаційний менеджмент туристичної дестинації»,
подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії
за спеціальністю 073 – Менеджмент

Актуальність теми дисертаційної роботи

Економіка України на даному етапі зазнає впливу глобальних викликів, спричинених війною, зокрема йдеться про негативний вплив на галузь туризму та репутацію України як туристичної дестинації. За міжнародними тенденціями, розгляд туризму як ключового фактору у підвищенні конкурентоспроможності національних і регіональних економік стає об'єктом наукового вивчення, зосередженого на іміджевих та репутаційних аспектах управління туристичними дестинаціями, які розглядаються як найбільш перспективні. В умовах широкого впровадження цифрових технологій в суспільстві, формування репутації туристичної дестинації відбувається під впливом різноманітних чинників прямого впливу та визначає її певне психоемоційне сприйняття як в онлайн, так і в офлайн просторі. У науковому полі питання формування та управління репутацією туристичної дестинації є перспективним напрямом досліджень, а аналіз досвіду країн, що сприяли відновленню туризму у післявоєнний період, свідчить про необхідність дослідження даного питання в Україні. Необхідність удосконалення теоретико-методичних підходів та формування ефективного механізму репутаційного менеджменту туристичної дестинації визначило актуальність дослідження.

Враховуючи наведене, дисертаційна робота О. М. Чернеги, яка спрямована на вирішення наукового завдання теоретичного узагальнення, розроблення теоретико-методичних засад репутаційного менеджменту туристичної дестинації та практичних рекомендацій щодо формування концепту репутаційного менеджменту, є актуальною.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами

Дисертаційну роботу виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри туризму та рекреації Державного торговельно-економічного університету - «Формування національного бренда України у міжнародному середовищі» (номер держреєстрації НДР 0118U000127); «Управління репутацією туристичної дестинації» (номер державної реєстрації НДР 0121U111296); «Цифрова трансформація торговельно-економічної та туристичної систем України» (номер держреєстрації НДР 0121U112231).

В межах зазначених тем розкрито зміст і завдання територіального брендингу як елемента механізму репутаційного менеджменту туристичної дестинації; розроблено класифікацію видів репутації туристичної дестинації, надано характеристику видам репутації, запропоновано систему показників оцінювання репутації туристичної дестинації та розроблено класифікацію складових цифрового портфеля національної та регіональної туристичної дестинації.

Ступінь обґрунтованості наукових результатів, висновків дослідження

Наукові положення, висновки та рекомендації, які представлені у дисертації О.М. Чернеги, є достатньо обґрунтованими, що підтверджується опрацюванням значної кількості праць вітчизняних та зарубіжних вчених-

економістів, використанням великого обсягу статистичної інформації по тематиці дослідження, належною апробацією результатів дослідження. Опрацьовано значну кількість літературних джерел вітчизняних і зарубіжних вчених, здійснено їх аналіз та запропоновано власні підходи до трактування економічних категорій, що стосуються репутаційного менеджменту туристичної дестинації.

Дисертаційна робота характеризується науковою глибиною та логічністю. Чернега О. М. володіє ґрунтовними знаннями предмета дослідження, а також методології досліджень. Основні положення, висновки та рекомендації теоретичного та практичного характеру є обґрунтованими та достовірними. Результатом проведеного наукового дослідження є досягнення визначеної мети шляхом виконання поставлених дисертанткою завдань, про що свідчать висновки до кожного розділу та дисертації загалом.

Достовірність дисертації підтверджується документами про впровадження на різних рівнях та у різних середовищах (діловому та соціальному) у діяльність суб'єктів господарювання, про що свідчать довідки про впровадження рекомендацій автора в практичну діяльність Агро-Еколого-Рекреаційний кластеру Фрумушика-Нова, Громадська Спілка «Агро-Еколого-Рекреаційний кластер Фрумушика-Нова» в Тарутинському районі Одеської області (довідка від 13.11.2021 № 5), Комунальному підприємстві «Головний інформаційно-обчислювальний центр» виконавчий орган Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) (довідка від 05.04.2023 № 303-1252), Громадській Спілці Національна еногастрономічна туристична мережа «Дороги вина та смаку України» (довідка від 20 квітня 2023 № 20/04/23), Управління культури Деснянської районної державної адміністрації в м. Києві (довідка від 21.09.2023 № 39-382).

Окремі положення дисертаційної роботи використано в освітньому процесі Державного торговельно-економічного університету при

підготовці матеріалів з навчальних дисциплін «Менеджмент в туризмі» та «Маркетинг в туризмі» для студентів, які здобувають освітній ступінь «бакалавр» та навчальної дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» для студентів освітнього ступеня «магістр» за спеціальностями 073 «Менеджмент» та 242 «Туризм» (довідка від 21.09.2023 № 1649/22), а також опублікованими працями у наукових фахових виданнях України, у тому числі, що включені до міжнародних наукометричних баз даних, та апробацією наукового дослідження на науково-практичних конференціях та спеціалізованих заходах.

Наукова новизна результатів дослідження

Аналіз дисертаційної роботи, розроблених і представлених результатів дозволяє зробити висновок про достатній ступінь їх новизни, обґрунтованості та відповідності дисертації Чернеги О.М. спеціальності 073 – Менеджмент.

Наукова новизна дисертаційного дослідження Чернеги О.М. полягає у вирішенні актуальних наукових питань щодо розробки теоретико-методичних засад репутаційного менеджменту туристичної дестинації та практичних рекомендацій щодо формування концепту репутаційного менеджменту.

Автором удосконалено понятійно-категоріальний апарат, зокрема: «репутаційний менеджмент туристичної дестинації», «репутація туристичної дестинації», «цифровізація туристичної дестинації» та розкриті їх відмінності від вже існуючих понять: «репутація», «імідж», «репутаційний менеджмент», «управління репутацією» (с. 23, с. 30-32, с. 39, с. 194).

Удосконалені автором науково-методичні засади визначання функцій репутаційного менеджменту туристичної дестинації, які, на відміну від існуючих, передбачають структурування об'єктно-суб'єктного ділового

середовища репутаційного менеджменту (с. 41-44).

Автором удосконалено сучасні підходи до формування механізму репутаційного менеджменту туристичної дестинації, які, на відміну від традиційних методів, що базуються на функціях менеджменту (прогнозування, планування, організація, моніторинг, аналіз та контроль тощо), включають спеціальний інструментарій – цифровізацію (с. 47).

Автором удосконалено методичні підходи до оцінювання результативності репутаційного менеджменту на регіональному рівні, доповнено кількісними і якісними методами дослідження відгуків стейкхолдерів репутаційного менеджменту, зокрема з використанням діджитал-технологій (с. 75, с. 81-84).

Подальший розвиток набули: підходи до розроблення моделей тактик (с. 154); науково-методичні засади формування концепту репутаційного менеджменту туристичної дестинації (с. 135-137); теоретико-практичні засади репутаційного менеджменту туристичної дестинації, що обґрунтовуються необхідністю використання цифровізації в різних функціональних напрямках (управління, маркетинг, операційна діяльність, інформаційні та сервісні технології тощо) і рівнях менеджменту (с. 140-145).

Все вищевикладене дає підстави зробити висновок, що поставлені автором мета та завдання дисертації виконані. Висновки, сформульовані у дисертаційній роботі, відповідають її змісту, підтверджують глибину та наукову оригінальність проведеного дослідження.

Повнота викладення матеріалу в наукових публікаціях, зарахованих за темою дисертації

Основні результати дисертаційного дослідження Чернеги О.М. опубліковані у 26 наукових працях, у тому числі: 1 розділ у колективній монографії, виданій за кордоном (Латвія), 9 статей у наукових фахових

виданнях, 1 стаття у науковому фаховому виданні України, включеному до міжнародних наукометричних баз та 16 тез доповідей на міжнародних, всеукраїнських наукових конференціях.

Зауваження та дискусійні положення дисертації

Поряд з викладеними позитивними характеристиками дисертаційної роботи, вона не позбавлена певних недоліків та дискусійних положень. Зокрема, вважаємо за необхідне надати такі зауваження:

1. Розглядаючи понятійний апарат репутаційного менеджменту й далі «репутаційного менеджменту туристичної дестинації» та «репутація туристичної дестинації», автор виокремлює поняття «цифровізації туристичної дестинації» у контексті «управління онлайн репутацією» (управління репутацією в пошукових системах), вказуючи що існують інші види репутаційного менеджменту. Зокрема, автором розглядається в цьому контексті «антикризовий менеджмент», що є дещо нелогічним (с. 28-31). Доцільним було б структурувати поняття категоріального апарату та визначити основні поняття та супутні, які потребують уточнення на основі більш ширшої класифікації.

2. Дисертант надає характеристику і класифікує суб'єкти-консолідатори та визначає їх як «головні стейкхолдери, що беруть участь в управлінні репутацією в межах дестинації», до яких відносить такі суб'єкти господарювання як DMC, Національні організації або DMO, туристично-інформаційні центри (ТІЦ) та кластери, підприємства сфери HoReCa, екскурсійні бюро, організації, що займаються промоцією та брендингом територій на різних рівнях: регіональних чи національних (органи влади), музейні установи. Також автор виокремлює тільки ТІЦ та DMC як підприємства-консолідатори (с. 80-85, с. 89-91), що потребує додаткового обґрунтування при розробці заходів щодо управлінні репутацією в межах дестинації.

3. Дисертантом використаний значний інструментарій та методи цифровізації для дослідження та вдосконалення системи репутаційного менеджменту туристичної дестинації (с. 128, с. 201). Доцільним було б розроблення їх класифікації із визначенням базових та і унікальних інструментів репутаційного менеджменту туристичної дестинації.

4. Автором запропоновано удосконалений методичний підхід до процесу комерціалізації інтелектуальної власності на прикладі створення туристичного продукту та/або цифрового туристичного продукту з зазначеними діями (с. 139). Доцільно було б більш деталізовано розглянути запропоновані підходи на кожному етапі формуванні туристичного продукту.

5. Потребує додаткового дослідження та обґрунтування визначення пріоритету «цифровізація в умовах війни» при формуванні концепту моделі тактики для національної туристичної дестинації (с. 154). Доцільно було б здійснити детальний аналіз інших моделей тактик, та дослідити можливості їх імплементації.

Втім, необхідно зазначити, що вказані недоліки та зауваження в цілому не впливають на загальну позитивну оцінку роботи, а наявність дискусійних положень свідчить про її складність і актуальність.

Дотримання принципів академічної доброчесності

Положення дисертаційної роботи не містить текстових запозичень інших авторів без посилання на відповідне джерело. Дисертація та наукові публікації виконані автором із дотриманням принципів академічної доброчесності.

Відповідність дисертації вимогам, що пред'являються до дисертації на здобуття ступеня доктора філософії

Дисертаційна робота Чернеги Олени Михайлівни на тему «Репутаційний менеджмент туристичної дестинації» є завершеною науковою працею, що містить нові обґрунтовані наукові результати. Структура дисертаційної роботи логічна та послідовна і складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (170 позицій), має 21 додаток. Обсяг основного тексту дисертації становить 183 сторінки, всього – 217 сторінок. Дисертаційна робота містить 26 таблиць, 28 рисунків, 4 формули.

Робота виконана у науковому стилі, її зміст викладено в чіткій логічній послідовності. За обсягом, змістом, структурою, повнотою викладення результатів, оформленням, вона відповідає встановленим вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року №44.

Загальна оцінка дисертаційної роботи

Дисертаційне наукове дослідження Чернеги Олени Михайлівни на тему «Репутаційний менеджмент туристичної дестинації» є завершеною науковою роботою на актуальну тему, яка має наукову та практичну цінність. Мета дослідження досягнута та відповідає змісту роботи. Отримано нові наукові результати, які є обґрунтованими та доведеними до практичного впровадження.

Дисертаційна робота за змістом та науковим рівнем відповідає вимогам, що висуваються до дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора філософії.

На підставі проведеного аналізу доцільно зробити висновок, що дисертаційна робота Чернеги Олени Михайлівни відповідає вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року №44, а її автор, Чернега Олена Михайлівна, заслуговує на присудження їй ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 – Менеджмент.

Офіційний опонент:
завідувач кафедри туризму
Харківський національний
економічний університет
імені Семена Кузнеця
доктор економічних наук, професор



—
Олена СУЩЕНКО

