

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**

Туризм є одним із ключових секторів економіки у постіндустріальному суспільстві. Цей сектор стабільно зростає навіть у мінливих умовах глобальних криз і викликів. Водночас враховуючи міжнародні тенденції, згідно яких туризм відіграє важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності національних і регіональних економік, дослідження іміджевих та репутаційних аспектів управління туристичними дестинаціями є дуже перспективним. У контексті загальної цифровізації суспільства, формування репутації туристичної дестинації, що відбувається під впливом різноманітних чинників, визначає цілісне психоемоційне сприйняття туристичного продукту. Це впливає на результативність територіального менеджменту та визначає роль та значення туризму для сталого розвитку місцевих громад і економіки країни в цілому як національної туристичної дестинації. Оскільки наразі недостатньо розроблені теоретико-методологічні підходи до управління репутацією в сфері туризму на національному та регіональному рівнях, це актуалізує дослідження питань репутаційного менеджменту туристичних дестинацій.

## **Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами**

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

## **Ступінь обґрунтованості наукових результатів, висновків дослідження**

Представлені у дисертації Чернеги О.М. наукові положення, висновки та рекомендації є достатньо обґрунтованими, що обумовлено систематизацією значної кількості наукових публікацій щодо репутаційного менеджменту туристичної дестинації. Інформаційну базу становлять законодавчі та нормативно-правові акти Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, матеріали та статистичні дані Державного агентства розвитку туризму, Державної служби статистики України, головних управлінь статистики у регіонах, дані Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), Туристичного барометра України, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, дослідження практичних кейсів цифрових продуктів на рівні України та світу тощо.

Головні положення дисертаційної роботи, висновки та рекомендації теоретичного та практичного характеру є обґрунтованими, логічними та достовірними.

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.

### **Достовірність основних наукових положень, висновків дослідження**

Достовірність наукових положень, висновків дослідження, що містяться у дисертаційній роботі, є достатньою. Наукова проблема, досліджена автором, комплексно вивчена, що підтверджується аналізом нормативно-правових, статистичних, аналітичних даних щодо репутаційного менеджменту туристичної дестинації та його покращення через використання різних інструментів та тактик, зокрема цифровізації, а також наукових праць провідних вітчизняних та зарубіжних науковців.

Вагомість наукових висновків та досліджень дисертації підтверджуються документами про впровадження результатів дослідження у діяльність туристичних організацій, підприємств, органів державного самоврядування, в освітній процес Державного торговельно-економічного університету, а також опублікованими працями й апробацією наукового дослідження на науково-практичних конференціях.

### **Наукова новизна результатів дослідження**

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає у вирішенні актуальних наукових питань змісту репутаційного менеджменту туристичної дестинації та розробленні практичних рекомендацій щодо формування концепту репутаційного менеджменту, вдосконалення стратегії, тактик та механізмів (інструментарію) репутаційного менеджменту туристичної дестинації, що є основною метою дослідження.

Поставлену мету дисертаційного дослідження досягнуто та отримано результати, що і визначено як наукова новизна.

У дисертації удосконалено наукову термінологію репутаційного менеджменту через поняття «репутація туристичної дестинації» і «репутаційний менеджмент туристичної дестинації», «тактика репутаційного менеджменту туристичної дестинації», що на відміну від існуючих понять, враховують особливості нового напрямку дестинаційного менеджменту (с. 39).

Автором удосконалено новітні підходи до формування механізму репутаційного менеджменту, котрі відрізняються від традиційних методів. Замість виділення класичних функцій менеджменту, таких як прогнозування, планування, організація, моніторинг, аналіз та контроль, вони містять спеціальний інструментарій із деталізацією структури й акцентом на пріоритетність інструментарію цифровізації та брендингу. Це дозволяє обирати оптимальний набір методів управління репутацією для конкретної туристичної дестинації (с. 47).

Крім того, автором визначені науково-методичні засади щодо оцінювання результативності репутаційного менеджменту, які, на відміну від існуючих, фіксуються на трьох рівнях – мікро (суб'єктів туристичної діяльності), мезо- та макrorівні (рейтингування та позиціювання туристичної дестинації) та показують зміни репутаційних характеристик дестинації на регіональному рівні (с. 74).

Заслуговують на увагу визначені автором методичні підходи до оцінювання результативності репутаційного менеджменту, які, на відміну від існуючих методичних підходів оцінювання стану та тенденцій розвитку туризму в регіоні, доповнено кількісними та якісними методами дослідження відгуків стейкхолдерів репутаційного менеджменту, зокрема з використанням цифровізації (с. 76).

У дисертації сформовано концепт репутаційного менеджменту туристичної дестинації, який базується на тактиці цифровізації (с. 135-136).

Варто зауважити, що у дисертаційному дослідженні отримали подальший розвиток науково-методичні засади формування концепту репутаційного менеджменту туристичної дестинації (с. 135-137); підходи до розроблення моделей тактик (с. 154); теоретико-праксеологічні засади репутаційного менеджменту туристичної дестинації, які на відміну від існуючих, обґрунтовуються необхідністю використання цифровізації й інтегрування понять «цифровізація туристичної дестинації», «віртуальний туризм» у туристичну галузь (с. 30-32).

### **Повнота викладення матеріалу в наукових публікаціях, зарахованих за темою дисертації**

Основні результати дисертаційного дослідження опубліковані у 26 наукових працях, з них 1 розділ у колективній монографії, виданій за кордоном, 9 наукових статей та 16 тез, з них 8 статей – у наукових фахових виданнях України, 1 стаття – у науковому фаховому виданні України, включеному до міжнародних наукометричних баз та 16 тез доповідей на наукових конференціях.

### **Зауваження та дискусійні положення дисертації**

Відзначаючи позитивні сторони проведеного дисертаційного дослідження, доцільно виокремити певні зауваження та дискусійні питання, а саме:

1. Понятійний апарат репутаційного менеджменту туристичної дестинації доцільно було б доповнити такими поняттями як «репутаційна

привабливість туризму», «репутаційна політика туризму», визначити та взаємоузгодити їх (п. 1.1).

2. Кластерний підхід, який автор використовує при дослідженні репутаційного менеджменту національної туристичної дестинації, є дискусійним, оскільки за дослідженнями найбільш ймовірний сценарій враховує поточні економічні показники, які є вкрай нестабільними та важкопрогнозованими, враховуючи фактор війни, а реалізація та прогнози розвитку сценаріїв репутаційного менеджменту національної туристичної дестинації залежать від конкретних регіонів, які включені до кластерів, але їх території є окупованими або на них ведуться активні бойові дії (с. 98-99).

3. Дисертантом за допомогою удосконалених методичних підходів оцінювання стану та тенденцій розвитку туризму в регіоні проведено дослідження на прикладі Південного туристичного кластеру, використовуючи метод ранжування, вказуючи відсоток впливу кожного з показників, втім доцільно було б пояснити, яким чином можна здійснити визначення рівня впливу цих показників на сукупну оцінку інших туристичних кластерів (с. 110).

4. Розглядаючи моделі тактик та формуючи концепт моделі тактики для національної туристичної дестинації, де автором визначено пріоритет – цифровізація (с. 154), було проведено аналіз, проте цього недостатньо і варто було б звернути увагу на основні цілі політики туризму регіонів, а також дослідити програми розвитку туризму на рівні регіонів та країни стосовно покращення репутації.

Наведені вище зауваження мають дискусійний характер та не впливають на загальну наукову цінність проведеного дисертаційного дослідження та її позитивну оцінку, а вказані суперечності свідчать про те, що робота є актуальною.

## **Дотримання принципів академічної доброчесності**

Положення дисертаційної роботи не містять текстових запозичень інших авторів без посилань на відповідні джерела. Дисертація та наукові публікації виконані автором із дотриманням принципів академічної доброчесності.

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

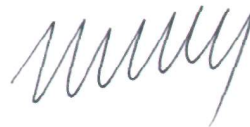
Дисертаційна робота Чернеги Олени Михайлівни на тему «Репутаційний менеджмент туристичної дестинації» є завершеною науковою працею, що містить нові обґрунтовані наукові результати. Робота за змістом відповідає темі дисертації та встановленим вимогам відповідно до «Порядку присудження ступеня доктора 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, що має значну 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 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 ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 – Менеджмент.

**Офіційний опонент:**  
доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи  
Львівського торговельно-економічного  
університету,  
директор Центру інновацій,  
кандидат економічних наук, доцент



**Юрій МИРОНОВ**

