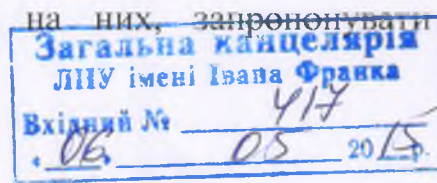


ВІДГУК
офіційного опонента на дисертаційну роботу
Жук Ірини Зеновіївни
“УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ’ЄКТІВ
ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ”,
поданої на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук
за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним
господарством

Актуальність теми дисертаційної роботи

У сучасних умовах функціонування та розвитку української економіки одним із головних факторів успіху є знання та застосування парадигми маркетингу, яка дає змогу підприємству зайняти та утримати достатню частку внутрішнього та міжнародного ринку, сформувати у споживачів позитивне ставлення до себе і отримати головний результат діяльності будь-якого підприємства – високий рівень прибутку за відносно низького рівня витрат. Актуальність розгляду теми буде незмінною, доки на ринку товарів і послуг будуть фігурувати різні фірми-виробники, що борються за увагу споживача до свого товару, яка, по суті, є основою їх успішності, зростання і процвітання. Добре налагоджена система маркетингової діяльності дасть змогу забезпечити належний рівень конкурентоспроможності продукції, підвищити кінцевий результат господарювання і є однією з умов виживання фірми на арені ринкової економіки.

Попри широке використання принципів управління маркетинговою діяльністю в сучасній практиці господарювання, серед науковців немає одностайності щодо тлумачення змісту цього поняття. Суперечність та полемічність у трактуванні поняття управління маркетингом зумовлена необхідністю розробки методологічних положень, які можуть послужити теоретичною основою для з’ясування суті аналізованого поняття, дають змогу чітко окреслити як його категоріальні характеристики, так і місце у системі наукових понять. Не менш важливо визначити теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю з урахуванням складності, мінливості і динамічності сучасного ринкового середовища і, спираючись



ефективні практичні інструменти підвищення управління маркетингом суб'єктів туристичного бізнесу. Через відсутність подібних інструментів, неналежну увагу до моніторингу факторів маркетингового середовища, до потреб споживачів та їх відносин з іншими суб'єктами ринку гальмується розвиток такої важливої сфери економіки, як туризм, що, своєю чергою, істотно впливає на розвиток всієї економічної системи України.

Визначення теоретико-методологічних і науково-практичних засад формування системи управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні дозволить вирішувати такі актуальні та важливі для вітчизняної туристичної галузі проблеми, як підвищення ефективності і вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю вітчизняних суб'єктів туристичного підприємництва.

Зв'язок дисертаційного дослідження з науковими програмами та пріоритетними напрямками розвитку науки

За тематичною спрямованістю дисертація Жук І. З. є частиною наукової роботи, виконаної відповідно до планів науково-дослідницьких робіт кафедри економіки підприємства економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка у межах держбюджетної теми “Регулювання підприємницької діяльності в Україні в умовах посилення євроінтеграційних процесів” (номер державної реєстрації 0114U005091, 2014–2017 рр.) та кафедри туризму географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка у межах держбюджетної теми “Оптимізація просторової та структурної організації туристичної інфраструктури Карпатського регіону” (номер державної реєстрації 0110U004075, 2013–2015 рр.).

Наукова новизна та ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації

Наукова новизна дисертаційної роботи Жук Ірини Зеновіївни полягає у теоретичному застосуванні та обґрунтуванні нового підходу до вирішення як теоретичних, так і практичних проблем підвищення ефективності системи управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в

Україні.

У процесі виконання дисертації автором підібрано вагому науково-теоретичну базу, що слугувала основою для отримання наукових результатів. Матеріали дослідження дисертантом викладені систематизовано, логічно, послідовно та в доступній формі. Автор уміло володіє спеціальною термінологією. Зміст дисертації свідчить про вміння автора працювати з науково-методичною літературою, законодавчими актами та нормативно-правовими документами, матеріалами мережі Internet, формулювати висновки та пропозиції.

Методологічним підґрунтям дисертаційного дослідження слугували загальнонаукові і спеціальні економічні методи, що в комплексі використані для вирішення поставлених завдань і досягнення мети дослідження. Для розкриття теоретичного змісту категоріальних характеристик, структуризації процесу управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу використано такі методи пізнання, як порівняльний аналіз, системний підхід, узагальнення, синтез, наукова абстракція, логічний і структурний аналіз. З'ясувати стан, виявити тенденції та окреслити проблеми управління маркетингом у діяльності вітчизняних суб'єктів туристичного підприємництва допомогли методи маркетингово-економічного аналізу, графічного і табличного інтерпретування, соціолого-економічні методи, зокрема, метод експертного опитування шляхом анкетування та проведення інтерв'ю. При визначенні напрямів підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу застосовувались методи аналізу, синтезу, групування, порівняння.

Для прогнозування туристичних потоків економіки України у контексті управління маркетинговою діяльністю обґрунтовано та використано методику трендового аналізу.

Дисертантом доведено, що на сучасному етапі розвитку економіки України особливої уваги заслуговує проблема запровадження елементів прогнозування розвитку туристичного бізнесу у контексті управління

маркетинговою діяльністю та оцінки їх ефективності за допомогою математичного апарату – застосування методики екстраполяції трендів для розрахунку прогнозних обсягів вітчизняних туристичних потоків.

У дисертаційній роботі дослідження сконцентровано на квадратичному та лінійному рівняннях тренда. На підставі аналізу отриманих результатів, сформульовано висновок про доцільність використання квадратичної залежності тренда при подальших розрахунках прогнозних показників кількості туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України.

Серед основних положень дисертації, які характеризуються науковою новизною слід виділити такі:

1. Визначено концептуальні підходи до обґрунтування теоретичного змісту поняття “управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу” як специфічного маркетингового плану, в якому чітко визначено цілі, завдання, ресурси тощо; розроблено комплекс маркетингових заходів на підставі аналізу маркетингового середовища вітчизняного ринку туристичних послуг і врахування внутрішніх можливостей суб'єкта туристичного підприємництва для формування ефективного механізму управління маркетинговою діяльністю суб'єктів господарювання (с. 15–20).

2. Запропоновані антикризові заходи, що сприятимуть подоланню визначених недоліків та забезпечать сталий розвиток туризму в сучасних нестабільних умовах на прикладі Стратегії розвитку Туреччини до 2023 року (с. 129).

3. На основі системного аналізу основних нормативно-правових документів, які регулюють діяльність суб'єктів господарювання на ринку туристичних послуг в Україні, встановлено, що їх найвагомими недоліками є як неузгодженість з пріоритетними напрямками та цілями державної туристичної політики країни, так і значна декларативність, відсутність належних механізмів стимулювання розвитку вітчизняного туристичного бізнесу (с. 145–153). При цьому визначено, що удосконалення нормативно-правової бази повинно бути сконцентроване значною мірою як на створенні

сприятливих умов, так і на запровадженні реальних правових механізмів стимулювання розвитку вітчизняного туристичного бізнесу.

4. Визначені напрями вдосконалення управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу та нормативно-правових механізмів державного регулювання туристичною діяльністю в Україні (с. 163) та запропонований алгоритм механізму реалізації державної програми розвитку туризму (с. 164).

5. Розроблено економіко-математичну модель на основі науково-методологічного підходу застосування методики екстраполяції трендів для прогнозування туристичних потоків економіки та ухвалення оптимальних маркетингових рішень у процесі управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні (с. 171–173). Значущість економіко-математичного методу визначається ступенем адекватності врахування основних переваг цього методу та обґрунтованості рекомендацій.

Отже, наукові результати, одержані у дисертації, розкривають особистий внесок дисертанта в розвиток теорії й утвердження практики щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні.

Значення дослідження для науки й практики, впровадження і напрями подальшого використання наукових результатів

Достовірність наукових положень, рекомендацій та висновків, що мають місце у дисертаційній роботі, забезпечені опрацьованим автором обсягом наукової інформації за обраним напрямом дослідження. Теоретичною і методологічною основою роботи стали праці сучасних вітчизняних вчених з питань управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні.

Теоретична значущість дисертаційної роботи полягає у з'ясуванні теоретичного змісту поняття “управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу”, в аналізі та оцінці функціонування сучасної системи управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в

Україні, у наукових результатах, що отримані у процесі аналізу практичних проблем підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні.

Практична цінність результатів дисертаційної роботи полягає у сформульованих актуальних пропозиціях центральним органам державної влади щодо необхідності прийняття низки нормативно-правових і регуляторних актів, які сприятимуть розвитку туристичної галузі.

Основні положення та висновки дисертаційної роботи впроваджено у навчальний процес Львівського національного університету імені Івана Франка під час викладання таких навчальних дисциплін: “Маркетинг у туризмі”, “Менеджмент у туризмі”, “Економіка туризму”, “Організація та планування туристичної діяльності”, “Державне регулювання туристичної діяльності”, “Актуальні проблеми туризму”, “Державне та регіональне управління туризму”, “Ринок туристичних послуг” (довідка №5333–4 від 10.12.2014 р.).

Запропоновані авторські методики та рекомендації практично впроваджувались у процесі здійснення управління маркетинговою діяльністю суб'єкта туристичного підприємництва – компанії “Музенідіс Тревел Львів” (довідка №12–01 від 12.01.2015 р.).

Пропозиції щодо проведення комплексного аналізу та прогнозування вітчизняних туристичних потоків на 2014–2018 рр., запропоновані автором, використовуються спеціалістами Управління туризму Львівської міської ради при розробці Стратегії підвищення конкурентоспроможності розвитку туристичного бізнесу міста Львова до 2015 р. та складанні планової документації, важливих стратегічно-орієнтованих планів та програм, спрямованих на забезпечення сталого розвитку вітчизняної сфери туризму (довідка №2702–вих.–33/3 від 15.04.2015 р.).

Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертації

Дисертаційна робота містить деякі дискусійні положення та упущення:

1. У параграфі 1.1. дисертаційної роботи на основі досліджень праць вітчизняних та зарубіжних вчених автором подається характеристика варіантів

трактування змісту понять “управління маркетингом”, “маркетингове управління”, “маркетинг-менеджмент”, “управління маркетинговою діяльністю” та “управління маркетинговою діяльністю суб’єктів туристичного бізнесу”. Ці поняття вимагають конкретизації індивідуального внеску автора, зокрема чіткого пояснення авторської позиції щодо розуміння їхньої суті (с. 17–22).

2. Параграф 1.3. “Методологічні принципи управління маркетинговою діяльністю суб’єктів туристичного бізнесу” розкриває методики маркетингового дослідження (с. 53–54) та висвітлює концепції маркетингу (с. 56–61). Вважаю, що даний параграф не в повній мірі розкриває свою мету, а саме не має виділених методологічних принципів управління маркетинговою діяльністю суб’єктів туристичного бізнесу.

3. В параграфі 2.1. подаються терміни “ринок”, “послуга”, “туристична послуга”, “туристичний продукт” (с. 64–73). Доцільно було б трактування змісту даних понять представити в першому розділі дисертаційного дослідження. В другому розділі доцільно було б більшу увагу зосередити на представленні статистичних даних та розрахунків показників діяльності суб’єктів туристичного бізнесу в Україні.

4. Проведене маркетингове дослідження у другому розділі дисертаційної роботи, що стосувалося експертного опитування туроператорів Львівщини не повністю висвітлює критерії вибору експертів та спосіб формування вибірки (с. 95–99). Варто було б більш ширше описати вище зазначені елементи проведення маркетингового дослідження.

Повнота викладу основних висновків дисертації в опублікованих працях

Основні наукові положення та висновки дисертації Жук Ірини Зеновіївни на тему “Управління маркетинговою діяльністю суб’єктів туристичного бізнесу в Україні” відображені у відповідних наукових працях згідно встановлених вимог.

За темою дисертації опубліковано 26 наукових праць загальним обсягом 9,3 друк. арк., зокрема: 9 статей загальним обсягом 4,8 друк. арк., 1 з яких – в

іноземному виданні; 17 тез доповідей загальним обсягом 4,5 друк. арк.

Викладення матеріалу дисертації є послідовним, науково обґрунтованим, спостерігається логічний зв'язок між різними аспектами досліджуваної проблеми.

Загальний висновок

Аналіз змісту дисертації Жук Ірини Зеновіївни на тему “Управління маркетинговою діяльністю суб’єктів туристичного бізнесу в Україні” дає підставу зробити висновок, що вона є самостійним, завершеним науковим дослідженням, виконаним на належному теоретичному рівні, має практичне значення для розв’язання актуальної наукової проблеми щодо визначення теоретико-методологічних і науково-практичних засад управління маркетинговою діяльністю суб’єктів туристичного бізнесу в Україні. Зміст автореферату і публікацій у фахових виданнях повністю відповідають основним положенням дисертації.

Робота виконана на високому рівні, відповідає вимогам пунктів 9, 11, 12 “Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника”, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. № 567, а її автор – Жук Ірина Зеновіївна – заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.

Офіційний опонент:

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри екологічної політики та менеджменту
природоохоронної діяльності
Національного університету “Львівська політехніка”

О. В. Фараг

Підпис засвідчую

Вчений секретар



Р. Б. Брилинський