

Спеціалізованій вченій раді Д 35.051.01

Львівського національного
університету імені Івана Франка

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу

Жук Ірини Зеновіївни

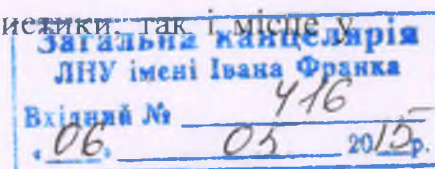
**“УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ’ЄКТІВ
ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ”,**

**поданої на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук
за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним
господарством**

Актуальність теми дисертаційної роботи

Ефективність діяльності суб’єктів підприємництва за динамічного зростання економічної кон’юнктури значною мірою залежить від рівня та якості використання такого важливого ринкового інструментарію, як маркетинговий менеджмент. Саме він дає змогу суб’єктам господарювання провадити моніторинг маркетингового середовища, забезпечувати процес підготовки, ухвалення і виконання оптимальних управлінських рішень, контролювати ефективність функціонування системи маркетингового управління.

Попри широке використання принципів управління маркетинговою діяльністю в сучасній практиці господарювання, серед науковців немає одностайності щодо тлумачення змісту цього поняття. Дискусійність 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 важливою проблемою є визначення теоретичних засад управління маркетинговою діяльністю з урахуванням складності, мінливості і динамічності сучасного ринкового середовища і, спираючись на них, розробка ефективних практичних інструментів підвищення управління маркетингом суб'єктів туристичного бізнесу. Внаслідок відсутності подібних інструментів, неналежної уваги 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.

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

Дисертаційна робота є частиною наукових розробок, виконаних 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.).

У контексті виконання цих тем дисертантом узагальнено та обґрунтовано теоретико-методологічні засади управління маркетинговою діяльністю, 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 економіко-математичну

модель на основі науково-методологічного підходу та застосування методики екстраполяції трендів для прогнозування туристичних потоків економіки й ухвалення оптимальних маркетингових рішень у процесі управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні.

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

Детальне ознайомлення зі змістом дисертаційної роботи та автореферату, публікацій за темою дисертації дозволяє зробити висновок, що в цілому, отримані наукові результати є достатньо обґрунтованими, систематизованими, логічними та достовірними. Автором вирішено основні завдання та загалом досягнуто поставлену мету дослідження.

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

У процесі виконання дисертації автором опрацьовано вагому науково-теоретичну інформаційну базу і статистичну інформацію, що слугувала основою для отримання достовірних наукових результатів. Матеріали дослідження дисертантом викладені систематизовано, логічно, послідовно та в доступній формі. Автор уміло володіє спеціальною термінологією. Зміст дисертації свідчить про вміння здобувача працювати з науково-методичною літературою, статистичною інформацією, законодавчими актами та нормативно-правовими документами, аналітичними матеріалами, матеріалами мережі Інтернет, формулювати висновки та пропозиції.

Положення наукової новизни, висновки, рекомендації, що містяться у дисертаційній роботі Жук Ірини Зеновіївни, є обґрунтованими, вони базуються на методологічному підґрунті, в якості якого слугували загальнонаукові та 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, моделювання, 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 застосовувалися методи аналізу, синтезу, групування, порівняння та економіко-математичного моделювання. Для прогнозування туристичних потоків економіки України у контексті управління маркетинговою діяльністю обгрунтовано та використано методику трендового аналізу. Обробка матеріалів дослідження здійснювалася з використанням сучасних інформаційних технологій та програм тощо.

У першому розділі дисертаційної роботи **«Теоретико-методологічні засади дослідження управління маркетинговою діяльністю в Україні»** дисертантом розглянуто й узагальнено наукові підходи до визначення місця, ролі та значення маркетингового управління у діяльності суб'єктів туристичного підприємства на основі проведеного теоретико-методологічного аналізу, що дало змогу в подальшому викладі розкрити сутність та особливості управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні (стор. 13–16).

На основі критичного аналізу літературних джерел дисертант доходить висновку про відсутність однозначності та єдності у трактуванні змісту поняття «управління маркетинговою діяльністю» як складного ринкового феномену. Узагальнюючи наявні та використовуючи власні теоретичні аргументи, управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичної

галузі розглядається дисертантом двояко: у вузькому значенні – як комплексна маркетингова програма досягнення поставлених цілей на ринку, що включає проведення маркетингових досліджень, визначення пріоритетних напрямів діяльності та створення відповідного комплексу маркетингу у вигляді товарної, цінової, збутової і комунікаційної політики з метою якнайкращого задоволення потреб споживачів-клієнтів на ринку туристичних послуг, а в широкому тлумаченні – як специфічна система управління попитом у галузі туристичного підприємництва (стор. 17-26; 30-32).

Виходячи із предмета дослідження, дисертант обґрунтовує положення про те, що в маркетинговому середовищі управління маркетингом зорієнтоване на досягнення маркетингових цілей і завдань насамперед на вітчизняному ринку. Такий підхід до трактування його змісту дозволив у подальшому з'ясувати суть і чітко окреслити основне призначення управління маркетинговою діяльністю суб'єктів підприємництва на ринку туристичних послуг (16-18).

У дисертаційній роботі автором визначено, що вживання в науковій літературі термінів «управління маркетингом», «маркетингове управління», «маркетинговий менеджмент» як синонімів, виходячи із загальноприйнятого тлумачення їх змісту, є цілком виправданим. Визначальним при цьому залишається лише пріоритетність того чи іншого поняття. Так, у маркетинговому управлінні визначальним є управління, тоді як в управлінні маркетингом увага акцентується на самому об'єкті – маркетинговій діяльності (стор. 14-17).

У другому розділі наукового дослідження **«Формування системи управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні»** дисертантом здійснено аналіз розвитку ринку туристичних послуг в Україні як об'єкта маркетингового управління, охарактеризовано процес формування туристичного продукту суб'єктами господарської діяльності з виявленням основних чинників впливу на індивідуальний споживчий попит і

здійснено економічну оцінку системи управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу (стор. 64-130).

У дисертації детально розглянуто особливості використання елементів маркетингового комплексу на ринку туристичних послуг України його основними суб'єктами. Зокрема, проведене дисертантом експертне опитування туроператорів Львівщини підтвердило існування сприятливих для створення туристичних продуктів передумов, у результаті якого виявлено, що перш ніж створити туристичну пропозицію для туристів, вітчизняні туроператори провадять дослідження внутрішніх ресурсів України (31,3%) і вивчають попит споживачів-туристів (26,7%). Важливу роль у вітчизняному туристичному бізнесі відіграють досвід роботи у сфері туризму (21,6%), і врахування модних тенденцій на ринку туристичних послуг (20,4%) (стор. 98-100).

Певну наукову цінність мають запропоновані у роботі антикризові заходи розвитку туризму в Україні, що характеризуються наступними особливостями: специфічність мети, яка полягає в збереженні і відновленні функціонування суб'єкта господарської діяльності; використання в процесі реалізації антикризових дій специфічних інструментів і важелів, методів, прийомів та засобів управління, які супроводжуватимуться нестандартними та креативними рішеннями; потреба у відповідному організаційному забезпеченні, а саме: виокремлення фахівця або групи фахівців з антикризового управління; наявність суттєвих ресурсних обмежень, перш за все фінансових, що в умовах низької фінансової активності та інвестиційної привабливості, суттєво ускладнює становище господарюючого суб'єкта в умовах кризи; процес антикризового управління передбачає врахування не лише зовнішніх проявів кризового стану, але й аналізу внутрішніх причин його розвитку, що дозволить попередити виникнення кризи в майбутньому; непередбачувані та нестійкі кризові умови обумовлюють підвищений ступінь ризику прийняття управлінських рішень; значна потреба в необхідності підвищеної інформаційно-аналітичної підтримки реалізації антикризових дій;

орієнтація на зниження можливих витрат (стор. 128-130).

В ході дослідження дисертантом також було визначено, що ефективність управління туристичною сферою залежить від удосконалення організаційного, фінансового, інформаційного, кадрового забезпечення туристичної діяльності, застосування інноваційних технологій в процесі створення конкурентоспроможного туристичного продукту, дієвих маркетингових засобів з метою просування його на національний і міжнародний туристичний ринок (стор. 130).

У третьому розділі роботи **«Напрями підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні»** дисертантом проведено ґрунтовне дослідження маркетингового середовища вітчизняних суб'єктів туристичного бізнесу, що послужило основою для висновку про недосвідченість вітчизняних суб'єктів підприємництва у використанні маркетингового інструментарію, що, своєю чергою, стало поштовхом до застосування ними спрощених методик маркетингових досліджень. Враховуючи це, запропоновано для вітчизняних суб'єктів туристичного бізнесу методику поетапного дослідження їх маркетингового середовища (стор. 134-136).

У дисертаційній роботі автор наголошує на необхідності розгляду маркетингового комплексу суб'єктів туристичного бізнесу через призму правового регулювання. Акцентовано увагу на тому, що сучасна нормативно-правова база, яка регламентує діяльність суб'єктів господарювання на ринку туристичних послуг України, не є досконалою через суперечності між пріоритетними напрямками та цілями вітчизняної державної туристичної політики. Зазначено, що більшість правових норм, що закріплені у законах України, які регламентують туристичну діяльність, не виконуються належним чином, що гальмує вирішення багатьох актуальних для туристичної галузі проблем (стор. 151-152).

Дисертантом зазначено, що програму розвитку туризму слід розробляти на засадах комплексного планування в туристичній індустрії з

урахуванням національних особливостей держави, раціонального використання потенціалу природних та історико-культурних туристичних ресурсів і забезпечення сталого розвитку екологічних систем, а також запропоновано алгоритм механізму реалізації державної програми розвитку туризму (стор. 163-166).

Науково-практичний інтерес становить те, що на сучасному етапі розвитку економіки України особливої уваги заслуговує запровадження елементів прогнозування розвитку туристичного бізнесу у контексті управління маркетинговою діяльністю та оцінки їх ефективності за допомогою математичного апарату – застосування методики екстраполяції трендів для прогнозування туристичних потоків економіки України. Отриманий внаслідок дослідження динамічний ряд прогнозованих показників кількості туристів, яких суб'єкти туристичної діяльності України обслуговуватимуть в 2014-2018 рр., свідчить про те, що у майбутньому туристичні потоки зростатимуть. Також варто відзначити і те, що незначне у кількісному вираженні (млн осіб) зростання кількості туристів, яких обслуговують суб'єкти туристичної діяльності України, призведе до стрімкого зростання прибутків туристичної галузі України (стор. 181).

Серед вагомих наукових результатів дослідження варто відзначити такі:

– 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 (стор. 32);

– розроблено економіко-математичну модель на основі науково-методологічного підходу та застосування методики екстраполяції трендів для

прогнозування туристичних потоків економіки й ухвалення оптимальних маркетингових рішень у процесі управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні (стор. 167-181);

– удосконалено понятійно-категоріальний апарат у системі дослідження управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні. У цьому контексті уточнено теоретичний зміст понять «управління маркетингом», «маркетингове управління», «маркетинг-менеджмент», «управління маркетинговою діяльністю» на основі розроблених та сформованих методологічних принципів (стор. 14-24; 28-32).

Отже, наукові результати, одержані у дисертації, розкривають особистий внесок дисертанта в розвиток теорії й утвердження практики щодо управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу. Отриманим у дисертації науковим результатам властивий високий ступінь наукової новизни.

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 значним обсягом наукової інформації за обраним напрямом дослідження. Теоретичною і методологічною основою роботи стали праці вітчизняних та зарубіжних учених з питань управління маркетинговою діяльністю.

Пріоритетні напрями вдосконалення системи нормативно-правового регулювання сфери надання туристичних послуг в Україні, сформульовані актуальні пропозиції центральним органам державної влади щодо необхідності прийняття низки нормативно-правових і регуляторних актів, які сприятимуть розвитку туристичної галузі та методика забезпечення ефективної співпраці суб'єктів туристичного бізнесу з органами державної влади у напрямі вдосконалення чинної нормативно-правової бази в Україні, враховано Департаментом міжнародного співробітництва та туризму

Львівської обласної державної адміністрації (довідка №1232 від 02.12.2014 р.).

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» (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, використані Управлінням 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

Не применшуючи позитивні сторони дисертаційної роботи та відзначаючи авторський підхід до вирішення досліджуваної проблематики, слід звернути увагу на окремі недоліки та дискусійні положення, які потребують додаткової аргументації:

1. У теоретичному розділі дослідження (стор. 36) дисертантом розроблено алгоритмічну схему структуризації процесу управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу. Але, варто було б розробити комплексну схематичну модель управління маркетинговою

діяльністю таких суб'єктів, яка б враховувала усі стадії життєвого циклу туристичних компаній.

2. На стор. 117-119 автором визначено індикатори розвитку туризму на національному рівні та методику їх розрахунків. Проте, логічно було б здійснити розрахунок економічних показників для суб'єктів туристичного підприємства.

3. Дисертантом розроблено схему дослідження зовнішнього маркетингового середовища для вітчизняних суб'єктів туристичного бізнесу (стор. 135), що значно знижує ризик вибору несприятливого ринку, дає змогу ухвалювати оптимальні рішення щодо управління діяльністю на вітчизняному ринку туристичних послуг. Разом з тим, доречно було б більш детально проаналізувати етапи поданої методики.

4. У дисертації (стор. 149) зазначено, що прийняття податкового кодексу України вплинуло на туристичну діяльність. Більш детальне обґрунтування цього впливу підвищило практичну значущість результатів дослідження.

5. У параграфі 1.3. дисертантом здійснено системний аналіз маркетингового середовища діяльності суб'єктів туристичних послуг в Україні. З метою поглиблення рівня дослідження доцільно було б більш детально охарактеризувати методичні підходи до управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу.

6. В дисертації зазначено, що загалом нормативно-правова база управління та регулювання розвитку туризму потребує систематизації, вдосконалення, коригування та узгодженості за основними елементами, зіставлення з міжнародним законодавством, а також адаптації до відповідних директив і стандартів ЄС. Доцільно було б зупинитись на конкретних статтях Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» і конкретизувати основні пропозиції і рекомендації щодо вдосконалення нормативно-правової бази.

7. У дисертації вказано, що для визначення рівня та особливостей

використання комплексу маркетингу українськими туристичними підприємствами проведено польові маркетингові дослідження і, на підставі їх результатів, висунуто гіпотезу про те, що вітчизняні туристичні підприємства обмежуються фрагментарним використанням окремих елементів комплексу маркетингу, що передусім позначається на результативності їхньої діяльності. Доречно було б розмістити результати таких досліджень та показати, які саме елементи комплексу маркетингу не достатньо використовуються у діяльності вітчизняних компаній.

Однак вказані недоліки і зауваження не носять принципового характеру та не заперечують високої оцінки дисертаційного 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.

В авторефераті знайшли своє ідентичне відображення основні положення дисертації, отримані наукові результати, сформульовані висновки та рекомендації. Зміст автореферату дає повне уявлення про наукову цінність і практичну значущість дисертації.

Загальний висновок

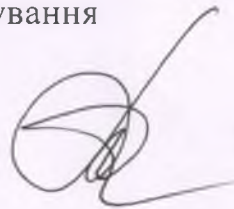
Аналіз змісту дисертації Жук Ірини Зеновіївни на тему «Управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні» дає

підставу зробити висновок, що вона є самостійним, завершеним науковим дослідженням, виконаним на належному теоретичному рівні, має практичне значення для вирішення актуальної наукової проблеми щодо управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу. Отримані автором результати, висновки і рекомендації є певним внеском у розвиток науки управління. Зміст автореферату і публікацій у фахових виданнях повністю відповідають основним положенням дисертації.

Дисертаційна робота виконана на високому науковому та практичному рівнях, відповідає вимогам пунктів 9, 11-14 «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:

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту і адміністрування
Полтавського національного
технічного університету
імені Юрія Кондратюка



I.A. Маркіна

Підпис засвідчую:

Перший проректор – проректор
з науково-педагогічної роботи



Б.О. Коробко