

ОТЗЫВ
официального оппонента на диссертационную работу
Заяц Анны Александровны на тему
«Развитие сферы туристских услуг на основе совершенствования
культуры предпринимательства»,
представленную на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая
экономика (экономика сферы услуг)

Актуальность выбранной темы

Развитие сферы туристских услуг является одним из приоритетов экономической политики Российской Федерации. Основные направления его совершенствования в долгосрочной перспективе закреплены в Стратегии развития туризма в России до 2035 года, которая вступила в силу с начала 2020 г. и нацелена на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма за счет создания условий для формирования и продвижения качественного продукта субъектами туристского рынка. Важнейшим источником конкурентных преимуществ преуспевающих фирм и корпораций сферы туристских услуг становятся не столько финансовые и материально-технические факторы, сколько уровень развития и особенности культуры предпринимательства, носителями которой являются персонал и руководители предприятия. Культура предпринимательства в сфере туристских услуг отражает систему взаимоотношений предприятия с потребителями, поставщиками услуг, посредниками, конкурентами, контактными аудиториями, государственными органами, а также связи руководства и персонала предприятия между собой и между отдельными его группами на основе положений кодекса этики – правил, задекларированных или принятых в устной форме. Недостатки развития культуры предпринимательства негативно отражаются на организационном поведении руководителей, отношениях с партнерами, мотивации персонала, что, в свою очередь, препятствует эффективной деятельности ключевых

участников сферы туристских услуг и удержанию их конкурентных позиций на рынке.

Определение тенденций развития сферы туристских услуг на основе культуры предпринимательства является актуальной научной задачей и обуславливает необходимость совершенствования теоретических и научно-методических подходов к разработке направлений гармонизации рынка туристских услуг и усиления конкурентных преимуществ всех его ключевых участников.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций

В диссертационной работе четко сформулирована цель исследования, которая заключается в теоретическом исследовании, разработке научно-методических подходов и практических рекомендаций по развитию сферы туристских услуг на основе совершенствования культуры предпринимательства. Указанная цель конкретизирована автором путем постановки ряда задач, решение которых предопределило научную новизну диссертационной работы.

Научная работа характеризуется наличием результатов детального изучения теоретических разработок российских и зарубежных научных исследований, в том числе по развитию сферы туристских услуг в условиях совершенствования культуры предпринимательства. Работе присуща направленность на решение актуальных вопросов, связанных с разработкой механизма развития сферы туристских услуг с учетом формирования целевой культуры предпринимательства.

Об обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций свидетельствует использование обширного методического базиса, который охватывает общенаучные и специальные методы анализа и синтеза; сравнения и

классификации; экспертного опроса; структурно-логического обобщения; экономико-математические методы, что повышает достоверность полученных результатов.

Предложенные рекомендации одобрены и внедрены в деятельность Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики (справка № 125 от 26.06.2023 г.), а также следующих предпринимательских структур г. Донецка: ООО «Дон Авиа» (справка № 25 от 27.06.2023 г.); туристское предприятие «Бархат Тревел» (справка № 19 от 28.06.2023 г.); туристское предприятие «Касабланка» (справка № 11 от 30.05.2023 г.), в учебно-методическую работу ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин: «Организация предпринимательской деятельности в туризме», «Бизнес-коммуникации в туризме», «Туризмоведение», «Туристический рынок», «Информационные системы и технологии в туристической индустрии».

Основные научные положения и практические результаты диссертации были представлены автором и получили одобрение на 9 научно-практических конференциях, при этом необходимо учесть обширную географию участия, такие города, как: Донецк, Горловка, Луганск, Симферополь, Ялта, Санкт-Петербург, Красноярск. Основные положения диссертации опубликованы в 17 научных работах, среди которых 1 коллективная монография, 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 9 работ апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 7,15 печ.л., из них 6,1 печ.л. принадлежат лично автору. В опубликованных работах соискателя полно отражена сущность полученных результатов выполненного исследования и их научная новизна.

Материалы диссертации изложены в логической последовательности, содержат упорядоченные теоретические и методические подходы к обоснованию научных и практических выводов, подтверждаются наличием и

использованием широкого массива информационных данных.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций

Представленные автором в диссертации научные положения, теоретические и практические выводы и рекомендации обоснованы и достоверны. Результаты исследования имеют научную значимость, которая заключается в совершенствовании развития сферы туристских услуг с учетом формирования целевой культуры предпринимательства.

Следует подчеркнуть системность работы, о чем свидетельствуют логика и последовательность изложения материала диссертации. Четко прослеживаются авторская мысль и логическая завершенность работы.

В результате изучения научных работ, посвященных туристской индустрии, обоснована субъектная структура развития сферы туристских услуг, в основе которой лежит две подсистемы: субъекты и объекты (с. 27), а культура предпринимательства является надстройкой, которая выполняет функцию фасилитатора во всех вопросах экономической эффективности предприятий сферы туристских услуг напрямую или косвенно, зависящих от человеческого фактора.

Предложена комплексная модель, описывающая развитие культуры предпринимательства на основе эмпирического качественного исследования, охватывающего 30-летний анализ взаимосвязи между культурой и предпринимательством (с. 55).

Обоснованы концептуальные положения формирования культуры предпринимательства, которая рассматривается как открытая система, функционирующая с учетом изменений факторов внешней и внутренней среды. Взаимодействие между элементами этой системы осуществляется на основе

партнерских отношений и социальной ответственности (с.80). Сформирована схема социальной ответственности туристских предприятий, включающая внутреннюю и внешнюю сферы проявления, а также результат внедрения социальной ответственности субъектов туристического бизнеса в рамках развития культуры предпринимательства.

Анализ бизнес-процессов туристских предприятий в условиях цифровизации позволил выявить проблемы и перспективы роста сферы туристских услуг и составить карту стратегий ее развития (с. 101, рисунок 2.2). Автором проведен функциональный анализ веб-сайтов туристских предприятий: 20 туроператоров и 20 турагентов РФ, результаты которого положены в основу разработки технологии реализации туристского продукта через веб-сайт организации на основе ценностно-ориентированного подхода, которая обеспечивает интенсивную, основанную на диалоге обратную связь с учетом экономико-прагматических, эмоционально-развивающих и этико-социальных ценностей культуры предпринимательства (с. 119, рисунок 2.7).

Обобщены преимущества и недостатки существующих методических подходов к оценке эффективности культуры предпринимательства. Усовершенствован методический подход к интегральной оценке уровня развития культуры предпринимательства, который в отличие от существующих, включает пять индикаторов (адаптивность, миссия, взаимодействие, вовлеченность и когерентность).

Основываясь на результатах оценки уровня развития культуры предпринимательства, автором предложены направления ее трансформации в сфере туристских услуг; обоснована типология культуры предпринимательства в зависимости от ценностно-мотивационных ориентаций субъектов туристского рынка. Это позволило автору сформировать научно-методический подход к оценке поведенческой принадлежности культуры предпринимательства, который адаптирован под сферу туристских услуг и основан на трех уровнях:

основополагающем, оптимальном и когерентном, в зависимости от степени восприятия изменений, стремления к развитию, коллективной моральной и социальной ответственности субъектов туристского рынка (с. 139).

На основе исследования разных моделей бизнес-культур и идентификации их типов, которые подходят для сферы туризма, предложена модель культуры предпринимательства туристского предприятия, которая, в отличие от существующих, учитывает четыре направления взаимодействия турпредприятия (с клиентами, партнерами по бизнесу, государственными органами и персоналом) по двум критериям: дифференциация/интеграция и стабильность/гибкость, а также представляет ценности предприятия в клиентской, партнерской, административной и корпоративной культурах.

Разработана модель когерентности культуры предпринимательства ключевых участников сферы туристских услуг с учетом концепции экономики впечатлений. Данная модель, в отличие от существующих, направлена на развитие эмоционального интеллекта сотрудников, обеспечивающего формирование культуры ориентированной на клиента, управление эмоциями потребителей и предполагает использование эмоционального потенциала групп потребителей, функционирующих на основе синергетичности коллективного потребительского впечатления.

Автором разработан механизм развития сферы туристских услуг с учетом формирования целевой культуры предпринимательства, демонстрирующий вовлечение на четырех уровнях всех заинтересованных сторон рынка туристских услуг – бизнеса, потребителей, правительства и государства в создание благоприятной среды для использования ключевых подсистем культуры предпринимательства. Это позволит стимулировать экономический рост, гармонизировать взаимодействие на туристском рынке, усилить конкурентные преимущества предприятия, повысить социальную

ответственность и выйти на новый уровень культуры предпринимательства на основе искреннего сервиса.

Замечания

Вместе с тем, диссертация содержит отдельные положения, с которыми сложно согласиться, либо являющиеся дискуссионными или требующими дополнительного обоснования и разъяснения. Поэтому есть замечания, которые в своем большинстве носят характер предложений и рекомендаций.

1. При разработке комплексной модели, описывающей развитие культуры предпринимательства на основе эмпирического качественного исследования, охватывающего 30-летний анализ взаимосвязи между культурой и предпринимательством, следовало указать особенности ее применения для сферы туристских услуг.

2. Практическую значимость в диссертационной работе имеет проведенная автором диагностика уровня развития культуры предпринимательства на предприятиях сферы туристских услуг, однако после проведения опроса было бы целесообразно представить расчет уровня доверия мнения респондентов и обоснование объема выборки для проведения исследования.

3. В диссертационной работе не прослеживается обоснование выбора организаций сферы туристских услуг для оценки их уровня культуры предпринимательства.

4. При формировании модели когерентности культуры предпринимательства ключевых участников сферы туристских услуг с учетом концепции экономики впечатлений следовало конкретизировать, что относится к инструментам и методам, а что к результатам реализации данной модели.

5. При разработке карты перехода на высшие уровни культуры предпринимательства в сфере туристских услуг на основе искреннего сервиса целесообразно оценить эффект для туристских организаций.

Вместе с тем, указанные недостатки не снижают качественного уровня диссертационной работы Заяц А.А., являющейся содержательным, самостоятельным, завершенным научным исследованием.

Заключение

Диссертация Заяц Анны Александровны на тему: «Развитие сферы туристских услуг на основе совершенствования культуры предпринимательства» является законченным научным исследованием, в котором рассматривается решение значимой практической задачи – теоретическое аргументирование, разработка методических положений и научно-практических рекомендаций по совершенствованию механизма развития сферы туристских услуг с учетом формирования культуры предпринимательства.

Диссертация и автореферат соответствуют паспорту специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг).

Оформление и содержание диссертации соответствует установленным требованиям. Стиль изложения материала исследования, выводов и рекомендаций соответствует требованиям научности и стилистической чистоты. Язык диссертации лаконичный, корректный и понятный. Методы, которые автор использует в процессе доказательства основных положений исследования, не вызывают сомнений.

Общая оценка работы положительна. Вышеизложенное позволяет утверждать, что диссертация Заяц Анны Александровны «Развитие сферы туристских услуг на основе совершенствования культуры предпринимательства» является завершенной научно-квалификационной работой, которая по критериям актуальности, научной новизны,

обоснованности и достоверности выводов соответствует требованиям «Положения о присуждении ученых степеней». Диссертант, Заяц Анна Александровна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг).

Я, Кострюкова Оксана Николаевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент

кандидат экономических наук, доцент,
декан факультета сервиса, туризма
и гостеприимства, заведующий кафедрой
сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

Оксана Николаевна Кострюкова

Подпись Костюковой О.Н. удостоверяю.

Начальник ОК

03.06.2024



Контактные данные:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»
191023, Россия, город Санкт-Петербург, наб канала Грибоедова, д. 30-32, литер А.
тел.: +7 (812) 458-97-61
e-mail: kostriukova@uneccon.ru