

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор
федерального государственного
образовательного учреждения высшего
образования «Дуганский государственный
университета имени Владимира Даля»,
Д.Т.Н., профессор _____ **В.Д. Рябичев**

ОТЗЫВ

ведущей организации 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

Важнейшим источником конкурентных преимуществ преуспевающих фирм и корпораций сферы туристических услуг становятся не столько финансовые и материально-технические факторы, сколько развитость 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 формирования и развития культуры предпринимательства негативно отражаются в организационном поведении

руководителей, в формировании и поддержании бизнес-отношений с партнерами, мотивации персонала, что в свою очередь, препятствует эффективной деятельности туристических предприятий и удержанию их конкурентных позиций на рынке. Организации сферы туризма и гостеприимства находятся в поиске механизмов и элементов, которые могли бы служить основой для выживания в экономической и политической ситуациях, происходящих в наше время. Поскольку культура предпринимательства является основой бизнес-процессов как внутри предприятия, так и за его пределами, предусматривает наличие определенных элементов организационного поведения, влияющих на реализацию стратегий развития, приоритетной задачей менеджмента любого предприятия сферы услуг является достижение устойчивых конкурентных позиций, которые обеспечили бы успех предприятию как в ближайшее время, так и в стратегической перспективе. Собственно, эти и другие обстоятельства обуславливают актуальность и своевременность темы диссертационной работы.

Основные научные результаты диссертационного исследования и их научная новизна

Научные результаты диссертации заключаются в комплексном решении научной задачи совершенствования научно-методических подходов к развитию сферы туристских услуг на основе культуры предпринимательства.

Сложность достижения поставленной в диссертации цели потребовала использования адекватного научного аппарата для решения сформулированных в исследовании задач и определила структуру изложения материала. В этой связи отметим, что при разработке теоретических аспектов рассматриваемой проблемы автором использованы, развиты и дополнены теоретико-

методические положения, содержащиеся в трудах отечественных и зарубежных ученых в сфере туристских услуг и культуры предпринимательства.

В ходе исследования Заяц А.А. пришла к следующим выводам и результатам, обладающим признаками научной новизны:

1. Разработаны концептуальные положения формирования культуры предпринимательства в сфере туристских услуг, согласно которым, в отличие от существующих, культура предпринимательства 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 справедливости в сфере туристских услуг (рис. 1.11, стр. 80).

2. Сформирован 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 (рис. 2.14, стр. 139).

3. 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 (рис.3.3, стр. 153).

4. 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 (рис.3.4, стр. 158).

5. 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 (рис.3.10, стр. 177).

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что представленные теоретические положения доведены до уровня научно-методических разработок и практических рекомендаций по совершенствованию культуры предпринимательства в сфере туристских услуг, а именно обоснованы субъектная структура развития туристского рынка и модель когерентности культуры предпринимательства ключевых участников сферы туристских услуг с учетом концепции экономики впечатлений. Выводы и рекомендации могут стать основой для дальнейших разработок в экономике сферы услуг, в частности при исследовании трансформации культуры предпринимательства в условиях модернизации предприятий.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования положений диссертации в целях повышения эффективности сферы туристских услуг путем оптимизации взаимодействия между субъектами туристского рынка на основе ценностей и принципов культуры

предпринимательства. Наиболее важное практическое значение имеют рекомендации по оценке уровня культуры предпринимательства на туристских предприятиях; направления развития сферы туристских услуг на основе трансформации культуры предпринимательства и перехода на высшие ее уровни путем применения действенных инструментов искреннего сервиса, принципов когерентности всех субъектов туристского рынка и партнерских отношений в реализации проектов социальной ответственности бизнеса.

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации

Считаем целесообразным продолжить работу в направлении исследования механизмов государственно-частного партнерства в развитии сферы туристских услуг на основе совершенствования культуры предпринимательства.

Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы соискателя могут быть использованы в деятельности:

- органов государственного управления в сфере туризма;
- туристских организаций и предприятий сферы гостеприимства;
- организаций высшего профессионального образования при преподавании дисциплин «Организация предпринимательской деятельности в туризме», «Бизнес-коммуникации в туризме», «Туризмоведение», «Туристический рынок», «Информационные системы и технологии в туристической индустрии».

Наиболее важное практическое значение имеют следующие теоретические и научно-прикладные разработки и рекомендации: механизм развития сферы туристских услуг с учетом формирования целевой культуры предпринимательства, модель когерентности культуры предпринимательства ключевых участников сферы туристских услуг с учетом концепции экономики впечатлений, научно-методический подход к оценке поведенческой

принадлежности культуры предпринимательства, который адаптирован под сферу туристских услуг.

Общие замечания

Вместе с тем, следует акцентировать внимание на следующих дискуссионных положениях.

1. Предложенную структурно-логическую схему расчета индекса социальной ответственности бизнеса (СОБ) в туризме (рис. 1.13, стр. 92) следует дополнить определением оптимальных значений показателей, их минимальными и максимальными значениями.

2. При оценке качественных и количественных показателей функциональных возможностей веб - сайта туристских операторов и агентов РФ во втором разделе нет авторского обоснования выбора объектов исследования.

3. Трех-компонентная модель развития туристского предприятия на основе взаимосвязи эффективности деятельности, культуры предпринимательства и конкурентоспособности (рис. 3.9, стр. 175) требует уточнения критериев и направлений повышения качества работы субъектов сферы туристских услуг на основе консолидации факторов внешней среды и внутренних усилий и возможностей.

4. При разработке механизма развития сферы туристских услуг с учетом формирования целевой культуры предпринимательства (рис.3.10, стр. 177) следовало бы уточнить понятие «целевой» культуры предпринимательства.

5. При разработке карты перехода на высшие уровни культуры предпринимательства в сфере туристских услуг на основе искреннего сервиса (рис.3.13, стр. 193) представлена взаимосвязь между подсистемами культуры предпринимательства и показателями эффективности функционирования

предприятий сферы туристских услуг, однако целесообразно конкретизировать эти показатели.

Однако указанные замечания, тем не менее, не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки, научной ценности и практической значимости выполненной А.А. Заяц работы.

Заключение

Диссертация представляет собой законченную научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Новые научные результаты, полученные диссертантом, имеют существенное значение для экономической науки и практики. Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Научный уровень выполненного исследования и содержание работы свидетельствуют о глубоком знании автором предмета исследования, владения методическим аппаратом, умение дать критическую оценку большому объему научной информации, навыкам обработки статистических и учетных данных, опыт использования в работе научного аппарата экономических наук и умение использовать в ходе исследования современные цифровые технологии.

Диссертационная работа «Развитие сферы туристских услуг на основе совершенствования культуры предпринимательства» отвечает паспорту специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг) в части пунктов: 4.2. Вопросы оценки и повышения эффективности хозяйственной деятельности на предприятиях и в отраслях сферы услуг; 4.6. Бизнес-процессы на предприятиях и в отраслях сферы услуг. Теория и методология прогнозирования бизнес-процессов в сфере услуг; 4.15. Туризм и рекреация; 4.21. Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы услуг.

Работа отвечает требованиям «Положения о присуждении ученых степеней», предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а ее автор, Заяц Анна Александровна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг).

Отзыв обсужден и одобрен на заседании кафедры туризма «30» мая 2024 года, протокол № 12

Заведующая кафедрой туризма
д.э.н., профессор



Н.Д. Свиридова

Я, Свиридова Наталья Дмитриевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Начальник отдела кадров

Ю.А. Степанова

291034, Луганская Народная Республика, город Луганск, кв. Молодежный, 20А. Тел.+7-8572- 34-48-28. E-mail: dahl.univer@yandex.ru
Сайт: daluniver.ru