

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной
Республики»,

доктор экономических наук, доцент
_____ Л.Б. Костровец

«24» мая 2019 г.

ОТЗЫВ

ведущей организации о диссертации Катело Яны Дмитриевны на тему
«Маркетинговая стратегия развития гастрономического туризма»,
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)

Актуальность для науки и практики

В современных условиях поиск новых путей организации питания базируется на исследовании гастрономической составляющей туристского продукта, на основных принципах брендинга территории, формирующих туристский имидж местности, на процессе создания впечатления о товаре в сознании потребителей.

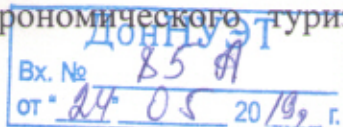
Не вызывает сомнений, что местную кухню можно рассматривать как туристский ресурс территории, позволяющий создать новые туристские маршруты. При этом связь гастрономии и туризма способствует увеличению притока туристов, способствует росту времени пребывания туристов и, соответственно, увеличивает прибыль от туризма.

Учитывая вышесказанное, диссертационная работа Катело Яны Дмитриевны является не только своевременной, но и актуальной, предопределяя тем самым свою значимость как для практики, так и теории маркетинга и туризма.

Основные научные результаты и их значимость для науки и производства

Основные научные результаты, полученные автором:

1. Сформирован концептуальный подход разработки маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике, представлен в виде целостной концепции, которая определяет цели, задачи, предмет, субъекты, факторы, маркетинговые инструменты и индикаторы реализации концептуальных основ маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма, что позволяет более полно учитывать потребности туристов в основных услугах гастрономического туризма и



развивать этот вид туризма в Донецкой Народной Республике в соответствии с мировыми требованиями.

2. Предложен научно-методический подход к продвижению туристического продукта «гастрономический туризм» путем построения 7 рекламных маршрутов по местам расположения точек (предприятий пищевой промышленности и заведений общественного питания) гастрономического туризма, основанный, в отличие от существующих, на применении программы Vizicom 3.5.11, для использования которой разработана методика построения маршрута, позволяющая распространить осведомленность об имеющемся потенциале гастрономического туризма, сформировать представление о будущих потребителях и многообразии комплексного туристического продукта «гастрономический туризм».

3. Сформирован научно-методический подход к формированию приоритетов факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макроуровне, который отличается от существующих тем, что учитывает региональную особенность потенциала развития гастрономического туризма, и дает возможность на основе разработанной модели иерархии оценки приоритетности факторов стратегического развития гастрономического туризма определить самые значимые из этих факторов.

4. Усовершенствован научно-методический подход к разработке имитационной модели маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на микроуровне, с помощью которого, в отличие от существующих, выполнено имитационное прогнозирование базовых составляющих сферы туристских услуг (зависимости отчислений в государственный бюджет и совокупного дохода от предоставления туристам набора туристических услуг по размещению, питанию, перевозке и развлечениям; изменений доли городского гастрономического туризма в общем объеме туристских услуг), обоснованы направления взаимодействия параметров развития сферы туристических услуг и предложена система индикаторов эффективности развития гастрономического туризма, позволяющая определять главные пути развития и инвестирования в его инфраструктуру.

5. Разработан механизм формирования и реализации маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макро- и микроуровнях, который, в отличие от существующих, учитывает задачи и индикаторы такого развития, предоставляет возможность комплексного учета программ и факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма.

6. Получил дальнейшее развитие категориально-терминологический аппарат, а именно сущность понятий: маркетинговая стратегия развития гастрономического туризма, гастрономический туризм.

7. Разработана классификация туристических услуг с выделением гастрономического туризма в структуре туристских услуг, а именно: характеристика его составляющих и систематизация по шести группам: 1) сельские гастрономические туры; 2) городские гастрономические туры: ресторанный тур и образовательный тур; 3) гастрономические монотуры;

- 4) гастрономические туристы; 5) категории гастрономического туризма;
6) специализация гастрономического туризма.

Теоретическое значение состоит в углублении существующих теоретических положений по маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма, а также в достигнутом уровне разработанности стратегических маркетинговых направлений эффективного использования гастрономического потенциала региона для развития гастрономического туризма.

Практическое значение полученных результатов заключается в обосновании ряда практических предложений, которые могут быть использованы при разработке комплексных программ по развитию гастрономического туризма.

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены в деятельность следующих структур: Отдела физической культуры и туризма Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики, Управления молодежи, туризма и международных связей администрации г. Донецка.

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации

Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы Катело Яны Дмитриевны могут быть использованы в деятельности:

предприятий сервиса различных форм собственности;

высших учебных заведений при преподавании дисциплин: «Организация предпринимательской деятельности в туризме», «Менеджмент в туризме», «Маркетинг в туризме», «Имиджелогия и PR в туризме», а также при выполнении дипломных и магистерских диссертаций студентов экономических специальностей.

Наиболее важное значение имеют выявленные факторы маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма, алгоритмы построения маршрутов в программе Vizicom 3.5.11 и определения приоритетности факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма, модель иерархии оценки приоритетности факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма, модель прогнозирования маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на микроуровне, механизм формирования и реализации маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма.

Общие замечания

Отмечая безусловные преимущества диссертационной работы, тем не менее, следует обратить внимание на ряд дискуссионных положений, которые требуют уточнения.

1. В параграфе 1.1 автор уделяет внимание рассмотрению основных понятий, связанных с гастрономическим туризмом, в частности,

«гастрономический тур как услуга». В связи с этим требует пояснения обоснование правомерности рассмотрения гастрономического тура как услуги, а не как товара.

2. В параграфе 1.2 автору стоило бы указать, каким образом национальный состав в регионе влияет на развитие гастрономического туризма.

3. В ходе исследования автор неоднократно подчеркивает необходимость принятия в Донецкой Народной Республике Закона «О туризме». Тем не менее структура такого Закона в ходе исследования отражения не нашла.

4. В параграфе 2.1 в ходе проведения мониторинга рынка гастрономического туризма приводится величина расходов туристов на питание в Ирландии, Канаде, Южной Африке и Австралии, Барселоне, Италии. Уместно было бы пояснить такой выбор стран регионов (стран, городов) для сравнения.

5. В предложенной автором методике формирования модели прогнозирования стратегического развития гастрономического туризма на микроуровне следовало бы уточнить наличие или отсутствие обратной связи при ее реализации.

Указанные дискуссионные положения не являются принципиальными и не снижают исключительно положительной оценки диссертационной работы.

Заключение

Диссертация Катело Яны Дмитриевны представляет собой законченную научно-исследовательскую работу на актуальную тему, связанную с теоретическим обоснованием, разработкой методических положений и научно-практических рекомендаций по усовершенствованию маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма.

Новые научные результаты, полученные автором, имеют существенное значение для экономической науки и практики. Выводы и рекомендации в полной мере обоснованы. Автореферат соответствует содержанию диссертации.

Научные работы, опубликованные автором по теме диссертационной работы, отражают положения, выводы и рекомендации, которые являются результатом проведенного исследования.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг), в частности: п. 9.2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга; п. 9.27. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития, повышения инвестиционной активности и формирования благоприятного имиджа территории.

Работа соответствует требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – Катело Яна Дмитриевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата

экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг).

Отзыв обсужден и одобрен на заседании кафедры туризма ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики» 24 мая 2019 г., протокол № 11.

Я, Дорофиев Вячеслав Владимирович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Проректор по научной работе,
доктор экономических наук, профессор



В.В. Дорофиев

Я, Шепилова Валентина Григорьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Председатель научного межкафедрального семинара,
зав. кафедрой туризма,
кандидат экономических наук, доцент



В.Г. Шепилова

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Донецкая академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной Республики»,
83015, г. Донецк, Ворошиловский район,
улица Челюскинцев, дом 163 А,
тел.: (062) 304-12-97
факс: (062) 337-71-08
e-mail: info@dsum.org, Kanz@dsum.org
сайт: www.dsum.org