

ОТЗЫВ

**на диссертационную работу Катело Яны Дмитриевны
на тему «Маркетинговая стратегия развития гастрономического туризма»,
представленную 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)**

Катело Яна Дмитриевна в 2013 году закончила Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по специальности «Экономика предприятия» и поступила в аспирантуру этого же Университета. В сентябре 2016 года была принята на должность ассистента кафедры туризма ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», где и работает в настоящее время.

За время работы над диссертацией Катело Я.Д. проявила себя инициативным, целеустремленным и грамотным специалистом и исследователем, способным к аналитическому мышлению, имеющим высокий уровень теоретической и практической подготовки.

Научный уровень выполненного автором исследования свидетельствует о глубоком понимании процесса развития гастрономического туризма, владении методическим инструментарием исследования экономических процессов и умении его применять.

Актуальность и выбор темы диссертации обусловлены острой необходимостью совершенствования теоретических и научно-методических подходов к разработке маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма с целью эффективного использования гастрономического потенциала региона, повышения его инвестиционной привлекательности и имиджа.

В диссертации Катело Я.Д. последовательно и логично выстроены задачи исследования и определена методология их реализации, что позволило получить новые научные результаты.

Так, научная новизна полученных результатов заключается в решении задачи по формированию научно-методических положений относительно маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма. Основными научными результатами являются следующие:

разработан концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике, представленный 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;

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 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»;

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;

предложен научно-методический подход к разработке имитационной модели маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на микроуровне, с помощью которого 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;

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;

получил дальнейшее развитие категориально-терминологический аппарат и классификация туристических услуг с выделением гастрономического туризма в структуре туристских услуг.

Нельзя не отметить, что практическое значение полученных результатов заключается в обосновании ряда практических предложений, которые могут быть использованы при разработке комплексных программ по развитию гастрономического туризма. К наиболее существенным результатам исследования, имеющим практическое значение, следует отнести: 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.

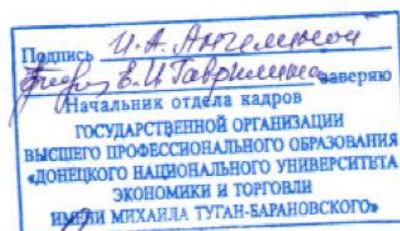
Стоит подчеркнуть, что диссертация является составляющей научно-исследовательских работ кафедры туризма ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по программе хоздоговорной темы «Разработка маркетинговых стратегий для повышения конкурентных преимуществ предприятия» (№ 01хт/2019 от 16.01.2019), где определены основные маркетинговые стратегии для повышения конкурентных преимуществ предприятий общественного питания.

По результатам исследования опубликовано 15 научных работ, в том числе: 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 1 публикация в зарубежном издании, 7 работ апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 4,73 печ.л., из которых лично автору принадлежат 2,73 печ.л.

Диссертация Катело Я.Д. является завершенным самостоятельным научным исследованием, которое имеет теоретическое и практическое значение для развития теории, организации и методики разработки маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма.

Таким образом, диссертация Катело Яны Дмитриены на тему «Маркетинговая стратегия развития гастрономического туризма» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, может быть рекомендована к рассмотрению и защите в диссертационном совете, а её автор заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Доктор экономических наук, доцент,
заведующая кафедрой туризма
ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»



И.А. Ангелина