

**Заключение диссертационного совета Д 01.004.01 на базе
Государственной организации высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского» Министерства образования и науки
Донецкой Народной Республики
по диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук**

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета Д 01.004.01 от 11.06.2019 г. № 21

О ПРИСУЖДЕНИИ

Катело Яне Дмитриевне

ученой степени кандидата экономических наук

Диссертация «Маркетинговая стратегия развития гастрономического туризма» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг) принята к защите «09» марта 2019 г. (протокол № 15) диссертационным советом Д 01.004.01 на базе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 630 от 01.10.2015 г.

Соискатель Катело Яна Дмитриевна 1991 года рождения.

В 2013 году окончила Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по специальности «Международная экономика».

С сентября 2016 года работает ассистентом кафедры туризма Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Диссертация выполнена на кафедре туризма Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Научный руководитель – доктор экономических наук, доцент Ангелина Ирина Альбертовна, ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», заведующая кафедрой туризма.

Официальные оппоненты:

1. Гончаров Валентин Николаевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и управления трудовыми ресурсами ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»;

2. Ткачук Петр Юрьевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация – Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики» в своем положительном заключении, подписанном доктором экономических наук, профессором, проректором по научной работе Дорофиенко Вячеславом Владимировичем, кандидатом экономических наук, доцентом, заведующей кафедрой туризма Шепиловой Валентиной Григорьевной и утвержденном ректором, доктором экономических наук, доцентом Костровец Ларисой Борисовной, указала, что диссертация представляет собой законченную научно-исследовательскую работу на актуальную тему, связанную с разработкой теоретических и практических положений маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма. Новые научные результаты имеют существенное значение для экономической науки и практики. Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Автореферат соответствует содержанию диссертации. Научные работы, опубликованные автором

по теме диссертационной работы, в полном объеме отражают положения, выводы и рекомендации, которые являются результатом проведенного исследования.

Основные положения диссертационной работы изложены в 15-ти публикациях, в т.ч. в 7 статьях в рецензируемых научных изданиях, 1 публикации в зарубежном издании, 7 работах апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 4,73 печ.л., из которых лично автору принадлежат 2,73 печ.л.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Микула, Я.Д. Концепция стратегического развития гастрономического туризма / И.А. Ангелина, Я.Д. Микула // Торговля и рынок. – 2016. – Вып. 2, т. 2. – С. 36-47.
2. Микула, Я.Д. Факторы формирования бренда Донецкого региона путем развития гастрономического туризма / И.А. Ангелина, Я.Д. Микула // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3, т. 1. – С. 164-173.
3. Микула, Я.Д. Диагностика развития гастрономического туризма как бренда Донецкой Народной Республики / И.А. Ангелина, Я.Д. Микула // Менеджер. – Донецк, 2018. – С 76-87.
4. Katelo, Y. Methodical approach to the analysis of the preconditions of strategic development of gastronomic tourism / Y. Katelo // Danish Scientific Journal 2018. – № 17. – P. 8-12.
5. Катело, Я.Д. Моделирование маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на микроуровне / И.А. Ангелина, Я.Д. Катело // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2018. – № 3. – С. 10-21.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, профессором кафедры финансов, кредита и мировой экономики ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» (г. Сочи) Гварлиани Татьяной Евгеньевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) при формировании концептуальных основ маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в ДНР (рис. 3) автор к фактору, определяющему привлекательность гастрономического

туризма, относит «наличие выдающихся природных объектов. При это не совсем понятно, насколько важным и решающим может быть влияние данного фактора на привлекательность гастрономического туризма; 2) автор на странице 12 указывает, что «Путем исследования содержания основных дефиниций и мониторинга основных составляющих гастрономического бренда территории были предложены классификационные признаки гастрономического бренда территории...», однако, о каких основных дефинициях идет речь, из автореферата не понятно.

2. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой управления персоналом, сервиса и туризма ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет» (г. Оренбург) Шестаковой Еленой Валерьевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) автором на странице 13 указано, что в ходе исследования предполагается построение линейной зависимости переменной, однако в тексте автореферата обоснованию этого утверждения внимание не уделено; 2) положительно оценивая схему формирования бренда Донецкой Народной Республики путем развития гастрономического туризма (рис. 5), автору все же следовало бы кратко пояснить структуру и содержание рекламных маршрутов.

3. Отзыв, подписанный доктором технических наук, профессором, заведующей кафедрой «Менеджмент организаций» Автомобильно-дорожного института (филиала) ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет» (г. Горловка) Мельниковой Еленой Павловной и кандидатом экономических наук, доцентом, доцентом кафедры «Менеджмент организаций» Автомобильно-дорожного института (филиала) ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет» (г. Горловка) Черноус Оксаной Ивановной. Отзыв положительный. Замечания: 1) из автореферата остаётся неясной авторская позиция относительно того, является ли гастрономический туризма фактором туристического бренда (о чем сказано на странице 14); 2) в автореферате уместно было бы привести примеры изученной нормативно-справочной информации предприятий региона, что позволило бы получить полную картину мониторинга гастрономического туризма.

4. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, профессором, заведующим кафедрой маркетинга ФГАОУ ВО «Российской университет дружбы народов» (г. Москва) Зобовым Александром Михайловичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате отсутствуют пояснения относительно шкалы сегментации (или критериев) предприятий общественного питания в зависимости от позиции бизнеса и стадии жизненного цикла предприятия (с. 13); 2) из текста автореферата непонятно, какой прогноз сделан автором с применением имитационной модели прогнозирования маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на микроуровне (с. 18).

5. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, и.о. заведующей кафедрой маркетинга и логистики ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» (г. Донецк) Ибрагимхалиловой Татьяной Владимировной. Отзыв положительный. Замечания: 1) предложенный в работе научно-методический подход к продвижению турпродукта гастрономического туризма не достаточно аргументирован, поскольку нет обоснования его применения. Целесообразно было провести анализ и оценку, используемых в современной туристической практике подходов, какие преимущества применения именно этого подхода; 2) высокий уровень абстракции не позволил в достаточной степени раскрыть прикладные аспекты применения и реализации концепции стратегического развития гастрономического туризма в практике деятельности предприятий, в частности, не учтены особенности использования методических подходов относительно разных субъектов рынка.

6. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, заведующей кафедрой менеджмента Севастопольского экономико-гуманитарного института ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского» (г. Севастополь) Цыбульской Людмилой Алексеевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) на рисунке 2 представлена схема взаимосвязи составляющих гастрономического туризма. Автору следовало было уточнить, весь ли перечень услуг, которые в ней указаны, предоставляются субъектами предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике; 2) требует

дополнительного обоснования структура схемы формирования бренда Донецкой Народной Республики путем развития гастрономического туризма, представленная на рисунке 5 в части выделения и последовательности конкурентных преимуществ.

7. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, доцентом кафедры рыночных и государственных институтов ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет» (г. Краснодар) Тищенко Евгенией Сергеевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате не приведен алгоритм определения приоритетности факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма; 2) целесообразно было бы в автореферате представить методику расчета оценки приоритетности факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма, а также дать результаты апробации.

8. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, старшим научным сотрудником отдела социально-экономических исследований ГУ «Институт экономических исследований» (г. Донецк) Савченко Ириной Васильевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) в схеме формирования бренда Донецкой Народной Республики путем развития гастрономического туризма (рис. 5, стр. 15 автореферата), автору следовало бы указать структуру и содержание разработанных рекламных маршрутов; 2) целесообразно было бы в соответствии с рис. 4 (стр. 12 автореферата) представить шкалу сегментации предприятий общественного питания в зависимости от позиции бизнеса и стадии жизненного цикла предприятия; 3) для оценки достоверности разработанной модели целесообразно в автореферате привести критерии ее достоверности: коэффициент детерминации множественной регрессии, критерий Фишера, Стьюдента и т.д. Автор приводит модель линейной зависимости рентабельности капитала от различных факторов, в которой указана величина e (случайная погрешность регрессионной зависимости) (стр. 13 автореферата), однако требует уточнения, какие методы соискатель использовал для нивелирования этой погрешности и сохранения уровня достоверности модели; 4) при определении прогнозного значения рентабельности капитала на 2019 г. на основе информационного массива предыдущих лет (2009-2018 гг.) не корректно

брать данные 2012, 2013 гг. из-за неравенства объективных условий и использования модели в абсолютных показателях.

9. Отзыв, подписанный кандидатом географических наук, доцентом, доцентом кафедры туризма и гостиничного дела ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева» (г. Орел) Рудниковой Надеждой Петровной. Отзыв положительный. Замечания: 1) при обосновании актуальности проведенного научного исследования необходимо акцентировать внимание не только на гастрономическом бренде, но также и на бренде Донецкого региона как составляющей развития гастрономического туризма; 2) автору работы следует более корректно использовать в работе категориальный аппарат туризмологии (туристический или туристский).

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг), наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны: концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике; научно-методический подход к формированию приоритетных факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макроуровне; механизм формирования и реализации маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макро- и микроуровнях

предложены: научно-методический подход к продвижению туристского продукта «гастрономический туризм» путем построения 7 рекламных маршрутов по местам расположения точек (предприятий пищевой промышленности и заведений общественного питания) гастрономического туризма; схема формирования бренда Донецкой Народной Республики путем развития гастрономического туризма;

алгоритм определения приоритетности факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма

доказаны: необходимость изучения факторов развития туристической сферы; необходимость разработки научно-методического подхода к разработке маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма; необходимость формирования и адаптации к современным реалиям направлений гастрономического туризма;

введены усовершенствованные определения категорий «маркетинговая стратегия развития гастрономического туризма», «гастрономический туризм»; классификация туристских услуг с выделением гастрономического туризма в структуре туристских услуг; классификационные признаки гастрономического бренда территории в условиях маркетинговой ориентации; классификация проблем маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в регионе.

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказаны: научная взаимосвязь блоков концептуального подхода к разработке маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике, которая основана на адаптации маркетинговых инструментов и индикаторов успешности реализации концептуальных основ маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма;

применительно к проблематике диссертации результативно использованы следующие *общенаучные и специальные методы:* проблемно-ориентированный метод (для научного обоснования направлений решения проблем развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике); методы анализа и синтеза, индукции и дедукции (для определения сущности дефиниций гастрономического туризма); методы диалектического познания (для раскрытия сущности факторов формирования гастрономического туризма); методы экспертного опроса, анкетирования, маркетинговых исследований (для диагностики составляющих маркетинговых стратегий развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике); экономико-математическое моделирование (для

построения модели приоритетности факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макроуровне).

изложены: основные подходы к определению сущности понятий «стратегия», «гастрономический туризм»; положения гастрономического туризма в условиях маркетинговой ориентации факторы, влияющие на развитие гастрономического туризма; схема взаимосвязи маркетинговых составляющих гастрономического туризма;

раскрыты: базисные блоки концептуального подхода к разработке маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике: цель, предмет, факторы маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма, задачи стратегии, маркетинговые инструменты, индикаторы реализации; тенденции развития гастрономического туризма в мире и Донецкой Народной Республике; проблемы развития гастрономического туризма;

изучены: теоретико-методические основы развития гастрономического туризма; факторы развития гастрономического туризма; концептуальные основы маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма с использованием маркетинговых подходов к классификации гастрономического туризма, базовых особенностей регионализации гастрономических брендов российской и зарубежной практики;

проведена модернизация: имитационной модели стратегического развития гастрономического туризма на микроуровне; алгоритма определения приоритетности факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма; модели иерархии оценки приоритетности факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма;

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены: маркетинговые стратегии для повышения конкурентных преимуществ предприятия, что положено в основу хоздоговорной темы № 01хт/2019 «Разработка маркетинговых стратегий для повышения конкурентных преимуществ предприятия»;

определены возможности реализации теоретических разработок по основным положениям диссертационной работы, которые целесообразно использовать в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при изучении дисциплин «Организация предпринимательской деятельности в туризме», «Менеджмент в туризме», «Маркетинг в туризме», «Имиджелогия и PR в туризме» (справка № 11/06 от 09.01.2019);

созданы: механизм формирования и реализации маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма, позволяющий достичь организационных целей в сфере маркетинга (справка о внедрении Управления молодежи, туризма и международных связей администрации г. Донецка (справка № 35 от 20.01.2019); концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике, позволяющий более полно учитывать потребности туристов в основных услугах гастрономического туризма и развивать этот вид туризма в Донецкой Народной Республике в соответствии с мировыми требованиями (справка о внедрении Отдела физической культуры и туризма Министерства молодежи, спорта и туризма (справка № 155 от 17.10.2018);

представлены: научно-методический подход к разработке имитационной модели маркетинговой стратегий развития гастрономического туризма на микроуровне, направления взаимодействия параметров развития сферы туристских слуг и система индикаторов эффективности развития гастрономического туризма (справка о внедрении ФЛП Трофимова Т.В. кафе «Какаду» (справка № 15 от 28.12.2018); научно-методический подход к продвижению туристского продукта «гастрономический туризм» путем построения 7 рекламных маршрутов по местам расположения точек гастрономического туризма (справка о внедрении туристического агентства «Family» (справка № 43 от 19.12.2018).

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория исследования основывается на обобщении теоретических разработок ведущих ученых в сфере маркетинга и туризма, а также репрезентативных данных,

полученных в ходе проведенного соискателем эмпирического исследования, которые согласуются с теоретическими разработками и опубликованными официальными данными по теме диссертации с выводами, полученными другими авторами;

идея базируется на фундаментальных положениях маркетинга, менеджмента, научных разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам развития гастрономического туризма; информационных материалах статистических, справочных, периодических изданий; ресурсах Internet; на результатах опросов жителей и гостей Донецкой Народной Республики;

использовано сравнение полученных автором данных с ранее рассмотренными теоретическими и практическими подходами;

установлено качественное совпадение ряда результатов, полученных автором в ходе исследования, с результатами, представленными в других научных источниках по данной тематике;

использованы современные методики сбора и обработки исходной информации, представительная выборочная совокупность (1000 респондентов); обработка данных осуществлялась с помощью персонального компьютера с использованием программ Microsoft Office Excel 2003, Vizicom 3.5.11, Powersim Studio 7.0 Express.

Личное участие соискателя в получении результатов, изложенных в диссертации, состоит в обосновании цели, задач, методов исследования, связанных с разработкой научных и практических рекомендаций по развитию гастрономического туризма; систематизации, анализе и обобщении теоретического и практического материала по проблемам гастрономического туризма и маркетинговых стратегий его развития; апробации полученных результатов исследования; личном участии в обсуждении результатов исследования на научно-практических конференциях различного уровня; подготовке публикаций по результатам исследования. Лично автором сформирован концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике; предложен научно-методический подход к

продвижению туристского продукта «гастрономический туризм» путем построения 7 рекламных маршрутов по местам расположения точек гастрономического туризма; усовершенствован научно-методический подход к формированию приоритетов факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макроуровне; сформирован научно-методический подход к разработке имитационной модели маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на микроуровне; разработан механизм формирования и реализации маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макро- и микроуровнях; получили дальнейшее развитие сформулированный понятийно-категориальный аппарат: «маркетинговая стратегия развития гастрономического туризма», «гастрономический туризм» а также предложенная классификация туристических услуг с выделением гастрономического туризма в структуре туристских услуг.

На заседании 11 июня 2019 года диссертационный совет Д 01.004.01 принял решение присудить Катело Яне Дмитриевне ученую степень кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 18 человек, из них 6 докторов наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), участвовавших в заседании, из 22 человек, входящих в состав совета, проголосовали: «за» – 18, «против» – нет, недействительных бюллетеней - нет.

Председатель

диссертационного совета Д 01.004.01
д.э.н., профессор



Е.М.Азарян

Ученый секретарь

диссертационного совета Д 01.004.01
к.э.н., доцент

А.Н. Германчук

14 июня 2017 г.