

Отзыв
на автореферат диссертационной работы
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)

Аспекты питания в туризме имеют выраженный этногеографический подход, поскольку пища интересует туриста не столько с точки зрения технологии ее приготовления, сколько как явление бытовой культуры, развивающееся при определенных географических условиях. Национальная кухня находится в тесной взаимосвязи с другими аспектами жизни, которые отражают взаимоотношения людей в обществе, нормы и формы поведения, традиционные для данной нации. При этом гастрономический туризм является важным фактором положительной глобализации современного социума, который способствует предотвращению противостояния культур, их диалогу, сохранению природного и культурного наследия. Гастрономический туризм можно считать вспомогательным инструментом в познании культурного наследия стран и регионов мира, поскольку блюда национальной кухни являются одним из элементов, отражающих образ жизни, мировоззрение, традиции народа.

Все вышесказанное определяет актуальность и своевременность работы, которая направлена на исследование, обоснование и разработку теоретико-методологических основ и концептуальных положений маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма, а также разработку научно-практических и методических средств его практической реализации.

Автором были определены условия формирования и развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике и предложены

концептуальные основы маркетинговой стратегии его развития, что позволяет более полно учитывать потребности туристов по основным услугам гастрономического туризма и развивать его в Донецкой Народной Республике в соответствии с государственными и мировыми требованиями.

Особое внимание следует уделить разработанному автором механизму формирования и реализации маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макро- и микроуровнях, так как содействие в организации гастрономических путешествий в ДНР может стать фактором поддержки туристического интереса, обеспечить увеличение продолжительности пребывания туристов, а также дополнительным направлением бизнеса для домашних хозяйств, небольших производств продуктов питания.

Следует отметить, что практически любой регион имеет потенциал для развития у себя гастрономического туризма, потому как в каждой стране своя неповторимая национальная кухня и свои традиции употребления пищи.

Научные положения, основные результаты и выводы, содержащиеся в работе, имеют достаточную степень обоснованности и достоверности. Они базируются на применении методов анализа и синтеза, индукции и дедукции, экспертного опроса, маркетинговых исследований, а также экономико-математического моделирования. Достоверность полученных результатов обоснована критическим обобщением научных трудов отечественных и зарубежных ученых и специальной научной литературы по вопросам маркетинговой стратегии развития туризма.

Необходимо отметить, что работа не лишена некоторых замечаний и дискуссионных положений:

1. Предложенный в работе научно-методический подход к продвижению турпродукта гастрономического туризма не достаточно аргументирован, поскольку нет обоснования его применения. Целесообразно было бы провести анализ и оценку, используемых в современной

