

## **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)**

Практика последних лет показывает, что туристические потоки растут в тех регионах, где на основе уникальных традиций, формируются специализированные интерактивные туристические продукты – гастрономические фестивали, народные праздники. Гастрономический туризм также приобретает особую актуальность в свете последних прогнозов поведения потребителей, в частности сокращения продолжительности отдыха. Это приводит к необходимости разработки туристических продуктов, которые будут давать максимум впечатлений в минимальный отрезок времени. Этот новый вид туризма имеет большие перспективы развития, а организация гастрономических туров способствует возрождению национальных кулинарных традиций. Маркетинговая стратегия развития данного вида туризма должна стать основной частью развития туризма в Донецкой Народной Республике, играя важную роль в формировании качества жизни и формировании туристического имиджа нашего региона.

Целью диссертации является теоретическое обоснование, разработка методических положений и научно-практических рекомендаций по усовершенствованию маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма.

Определенный научный интерес вызывает предложенный автором концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма в Донецкой Народной Республике, 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.

Также следует позитивно отметить разработанные автором научно-методические подходы: к продвижению турпродукта гастрономического туризма путем построения 7 рекламных маршрутов по местам расположения предприятий пищевой промышленности и заведений общепита; к формированию приоритетов факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макроуровне; к разработке имитационной модели маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на микроуровне.



Полученные в работе теоретические положения способствуют решению задачи формирования научно-методических положений маркетинговой стратегии 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.

Выполненное исследование имеет достаточно высокий теоретический, методический и практический уровень, последовательное и логичное представление материала, необходимую полноту раскрытия выполненных разработок.

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

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).

*Согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Кандидат географических наук,

(25.00.24 – «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география»), доцент,

доцент кафедры

туризма и гостиничного дела

ФГБОУ ВО «Орловский государственный

университет имени И.С. Тургенева»

Рудникова Надежда Петровна

302016 РФ,

г. Орел,

ул. Комсомольская, д. 95

Тел.: (4862)761206

<http://oreluniver.ru/>

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

