



**Российский университет
дружбы народов (РУДН)**

ул. Милухо-Маклая, д. 6, Москва, Россия, 117198
ОГРН 1027739189323; ОКПО 02066463; ИНН 7728073720

Телефон: +7495 434 53 00, факс: +7495 433 15 11
www.rudn.ru; rudn@rudn.ru

05 06 20 19
№ 0601-24/544

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)**

Сегодня туризм занимает важное место среди отраслей экономики, как в национальном, так и в мировом масштабе. Для многих стран индустрия туризма является одним из источников дохода и, как следствие, одним из приоритетных направлений развития экономики.

Создание нового туристического продукта связывается с освоением новых сегментов рынка, территорий, привлечением к туристическому рынку новых видов ресурсов. Перспективным в этом плане является развитие специфических, «нишевых» видов туризма, в частности, гастрономического. Данная тенденция в развитии туризма широко представлена во многих развитых и развивающихся странах мира. Учитывая вышесказанное, диссертационная работа Катело Яны Дмитриевны на тему «Маркетинговая стратегия развития гастрономического туризма» представляет значительный интерес, как для дальнейших теоретических исследований, так и для соответствующих практических решений.

Согласно автореферату, поставленная в работе цель, объект и предмет исследования соответствуют теме диссертации. Следует подчеркнуть, что положения, выносимые на защиту, выводы и рекомендации, изложенные в автореферате, являются вполне обоснованными и достоверными, основаны на логичном использовании значительного количества методов исследования для решения научных задач.

Стоит отметить логику и структуру диссертации в целом и автореферата в частности.

В первом разделе «Сущность гастрономического туризма как вида экономической деятельности» определены экономическая сущность и основные дефиниции гастрономического туризма; выявлены факторы, которые влияют на его стратегическое развитие; раскрыты концептуальные основы маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма.

Второй раздел «Оценка состояния и перспектив развития гастрономического туризма» посвящен мониторингу рынка гастрономического туризма, анализу предпосылок стратегического развития гастрономического туризма и методическому подходу к построению рекламных маршрутов гастрономического туризма как направления продвижения туристического продукта.

В третьем разделе «Методические принципы маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма» представлены: научно-методический подход к аргументированию приоритетности факторов маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на макроуровне; моделирование проблем маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма на микроуровне; механизм маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма.

При этом, научная новизна полученных результатов заключается в комплексном подходе решения задачи по формированию научно-методических положений относительно маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма.

Особо следует отметить предложенный автором 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.

Обращает на себя внимание концептуальный подход разработки 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.

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.

Вместе с тем, отмечая целостность и завершенность диссертационной работы, новизну и значимость представленных научных положений и выводов, следует отметить отдельные замечания и пожелания автору:

- 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).

Однако указанные замечания и пожелания носят непринципиальный, рекомендательный характер и не уменьшают научно-практическое значение представленной работы и защищаемых положений.

В целом, исходя из содержания автореферата, можно сделать вывод о том, что диссертационная работа на тему «Маркетинговая стратегия развития гастрономического туризма» отвечает требованиям, 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).

Согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук,
(08.00.01 – «Экономическая теория»), профессор,
заведующий кафедрой
маркетинга
ФГАОУ ВО "Российский университет
дружбы народов"



А.М. Зобов

117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

+7 (499) 936-87-87

[http:// http://www.rudn.ru/](http://www.rudn.ru/)

ФГАОУ ВО "Российский университет дружбы народов"