



## СТАНОВИЩЕ

От: **доц. д-р Мариана Кирилова Янева**  
*Катедра „Икономика и управление на туризма“  
Факултет „Производствен и търговски бизнес“  
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов  
Научна специалност: „Икономика и управление“ (Туризъм)*

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“ в СА „Д.А. Ценов“

Автор на дисертационния труд: **КРИСТИНА ГЕОРГИЕВА ГЕОРГИЕВА**  
Тема на дисертационния труд: **„ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛНИ ЕФЕКТИ ОТ ПРЕПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ“**

**Основание** за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед №1141/17.12.2019 г. на Ректора на СА „Д.А. Ценов“, гр. Свищов

### 1. Информация за докторанта

Авторът на дисертационния труд е редовен докторант към катедра „Икономика и управление на туризма“ при факултет „Производствен и търговски бизнес“ на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов. Дисертационният труд е обсъден на катедрен съвет и е насочен за защита пред научно жури.

### 2. Структурно представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд е в обем от 230 стандартни страници, от които списък на използваните съкращения (1 страница), въведение (4 страници), основен текст, изложен в три глави (184 страници), заключение (3 страници), библиография (158 източника – 14 страници) и приложения (15 броя – 20 страници). Основният текст съдържа 15 фигури и 16 таблици. Приложена е декларация за достоверност и оригиналност (1 страница).

### **3. Обща характеристика и анализ на представения дисертационен труд**

**Актуалността** на изследваната проблематика е обусловена от обществения интерес и потребност да бъде намерено мястото на България на световния туристически пазар. Тя да бъде ясно и обективно разпознаваема и избирана от потенциалните потребители на туристически продукт, както и от стремежа за постигане на по-висока ефективност при рекламирането ѝ като туристическа дестинация. За целта акцента се поставя върху един от задължителните аспекти на маркетинговото макро управление, а именно препозиционирането ѝ като туристическа дестинация, което е и един от основните фактори за повишаване на икономическите и социални ефекти при управлението на туризма.

Правилно е определен **обекта и предмета на изследване** – като обект е избрана дестинация България, а предмет са икономическите и социалните ефекти, които възникват в резултат на препозиционирането ѝ като туристическа дестинация.

**Целта** поставена от докторанта в увода на изложението се доказва, т.к. се прави прави оценка и анализ на изследваните теоретични и практико-приложни аспекти на препозиционирането на туристическа дестинация България.

**Тезата**, поставена от докторанта, е сравнително добре формулирана и е обвързана с останалите логически елементи на изследването, като се поставя акцент върху постигането на положителни икономически и социални ефекти в резултат на предприемането на определени стъпки за препозиционирането на България.

Поставените **задачите** са обвързани с целта.

Използваните изследователски методи са общовалидните при провеждане на научни изследвания, като докторанта ги е описал и приложил, а именно методите на научния анализ и синтез, индукцията и дедукцията, системния подход, сравнителния метод, статистическите методи, наблюдението, анкетния метод и структурирано интервю. От



посочените в увода единствено метода на наблюдението върху респонденти не е приложен.

Правилно описани и приложени са посочените информационни ресурси в увода на труда.

Ограниченията в изследването са свързани с избор на области в България и с развитието на определен вид специализиран туризъм. По мое мнение, по обосновано би било да се използват вече описаните в Концепцията за туристическото райониране на България, туристически райони със съответните локации в тях, т. к. те са актуални по повод новите нормативни уредби в страната ни и са обект на управление от новосъздадените Организации за управление на туристическите райони. Правилно е посочено, че се избират само селектирани икономически и социални фактори от препозиционирането, които да бъдат обект на научното изследване.

В структурно отношение първа глава обединява теоретичните въпроси свързани с теорията за дестинациите, както и маркетинговите въпроси свързани с жизнения цикъл, маркетинговия микс, както и теорията за препозиционирането и стратегиите за осъществяването.

Така определената структура показва яснота на изложението и възможност за излагане на утвърдени теоретични постановки, както и е предпоставка за осъществяване на авторови систематизации и анализи.

Във втора глава са поставени методологическите въпроси на препозиционирането. Разгледана и анализирана е маркетинговата стратегия на България, влиянието на факторите върху развитието на туристическите дестинации, предпоставките обуславящи необходимостта от препозициониране, които са изключително важен фактор за изясняване на подобна проблематика имаща за задача да даде предписания за обновяване на общото управление на туризма в България.

Анализът на ресурсната обезпеченост на туристическа дестинация България е свързан с аргументирането по повод използването на определени туристически ресурси, които по мнение на автора са неизползвани или слабо използвани към настоящия момент, които кореспондират с възможностите за развитието на специализираните форми на туризъм в страната.

Ясен и разбираем е изведеният теоретичен модел под формата на алгоритъм относно оценката на ефектите от препозициониране на туристическа дестинация България.

Третата глава на труда разглежда възможностите за подобряване на процеса на препозиционирането на България като туристическа дестинация. Апробирането на модела се осъществява чрез анкетни

проучвания в шест области в България в резултат на което се формулират препоръките и конкретните стъпки по усъвършенстването на процеса на репозициониране.

В приложната част посочените индикатори за установяване на икономическия ефект от репозиционирането на България като размерът на инвестициите, устойчивият растеж, размерът на приходите от туризъм, оборота в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“, броят на туристите, които посещават България, броят на нощувките на местните и чуждестранните туристи в България в местата за настаняване и останалите посочени в съответния параграф на труда не са намерили място във въпросите в анкетата към експертите, което не изчерпва така поставените акценти в теоретично-методологическата част на труда. Именно във въпросника към експертите биха могли да се поставят въпросите свързани със същността на прилаганата стратегия и възможностите за актуализиране при репозиционирането на дестинацията. Във въпросника присъстват основно въпроси свързани с възприятията на експертите по отношение на дестинацията, асоциациите, които тя създава, както и въпроси свързани с ресурсите, а не с въпроси относно стратегията за управление на дестинацията от гледна точка на репозиционирането ѝ.

Прави впечатление, че въпросите в анкетните карти са многоаспектни от гледна точка на различни теоретични анализи намерили място в труда, но по мое мнение би могло в изведената методологическа рамка да бъдат ясно поставени като критерии и показатели, които ще се изследват при анкетното проучване, а резултатите ще залегнат в приложния модел.

#### **4. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

Авторът е подбрал адекватно изследователските инструменти, приложил ги е коректно и добросъвестно.

В резултат на проведените изследвания, както и приложените и адаптирани вторични проучвания от специализирани печатни и електронни издания в областта на маркетинга в туризма, използвани и данни от националните статистики в България, докторанта е успял да постигне поставената цел и да докаже заложената теза.

Проучванията в дисертацията са свързани с възможностите за осъществяване на репозиционирането на България като туристическа дестинация в резултат на различни причини. Отчетени са възможните такива като са предвидени съответните дейности, които да бъдат осъществявани от Организациите за управление на туристическите



дестинации или терминологично популярните в литературата Маркетингови организации на дестинациите. Според автора това се налага поради промяна в потребителските предпочитания, все по-ниските продажби на съответния продукт, както и други посочени в труда. В зависимост от това, се изследват четири основни стратегии за препозициониране – препозициониране на имиджа, препозициониране на продукта, неосезаемо препозициониране и тотално препозициониране..

Положително впечатление прави факта, че освен основните фактори налагащи препозиционирането са представени и специфичните за България понастоящем, а именно увеличения брой полети на нискотарифни авиокомпании, застаряващото население основно в Европа и Северна Америка, традициите в балнеоложкия туризъм, тенденциите в спа и уелнес туризма, преходът към „икономика на изживяванията“ и развитието на социалните мрежи. Подкрепено е твърдението, че всички те не само обосновават необходимостта от препозициониране на туристическа дестинация България, но и позволяват да се формулира очакваният ефект от предприемането на подобно решение.

Авторът подчертава в теоретичен аспект същественото място на извеждането на ефектите от препозициониране на туристическа дестинация България. Засегнати са въпросите във връзка с икономическата обосновка на понятията ефект, ефикасност и ефективност. Изведените социални аспекти също имат своето място относно икономическата обусловеност на труда от гледна точка на нейния интердисциплинарен характер. В този контекст би било уместно да се разгледат и екологичните ефекти, т.к. те са неразделен елемент при този тип анализи в теорията и практиката.

Систематизацията на критериите и показателите в методологичната част на труда говорят за добрите възможности при прилагането на модела в емпиричната част на дисертацията.

Заключението на дисертационния труд обобщава постигнатите резултати от теоретико-приложното изследване за икономическите и социалните ефекти от препозициониране на туристическа дестинация България.

## **5. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Приносите на дисертационния труд са преди всичко научно-приложни. Те са свързани донякъде с поставените задачи от докторанта в увода на труда и респективно са изпълнени в изложението.

Предлагаме като по-значими следните:

1. Извършена е систематизация на основните аспекти при дефинирането на туристическите дестинации;
2. Обобщен и обогатен е системният модел на туристическата дестинация;
3. Направен е анализ на маркетинговата стратегия на туристическа дестинация България;
4. Разработен и апробиран е модел за оценка на ефектите от препозициониране на туристическа дестинация България;
5. Изведени са препоръки за повишаване привлекателността на туристическа дестинация България чрез конкретни стъпки за усъвършенстване на процеса.

Изведените и доказаните приноси свидетелстват за добрите резултати, постигнати в целия труд.

#### **6. Оценка на публикациите по дисертацията**

Научните публикации на докторанта са общо четири. Те са свързани с темата на дисертационния труд и са публикувани в туристически издания.

#### **7. Оценка на автореферата**

Авторефератът е вярно и точно отражение на дисертационния труд. В него логично са структурирани ключовите моменти от развитието на дисертационното изследване: актуалност на разглежданата тематика, кратко изложение на нейното основно съдържание, основните идеи и изводи, приносите на автора при провеждането на изследването, списък с публикациите.

#### **8. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Нямам съществени критични бележки по структурата, изложението, аргументациите, авторовите позиции и моделирането в приложната част. Считаю, че докторантът притежава възможности да разшири публикационната си дейност, както в областта на маркетинга на туристическите дестинации, така и в други области.

Въпрос:

1. Считате ли, че вече регистрираните Организации за управление на туристическите дестинации в България биха се възползвали от научната разработка и в коя част от посочените от тях дейности при регистрацията им тя би им била от полза?

## 9. Заключение

Дисертационният труд съдържа научни и научно-приложни резултати, които представляват принос в науката и практиката. Написан на добър стил, трудът показва, че докторантът притежава необходимите теоретични познания в областта на рекламата и туризма.

Като се основавам на актуалността и значимостта на тематиката на дисертационния труд, достигнатите научни и научно-приложни резултати, синтезирани в приносите, **давам положителна оценка и предлагам** на научното жури да **присъди ОНС „доктор“** професионално направление 3.8.Икономика, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“ на **КРИСТИНА ГЕОРГИЕВА ГЕОРГИЕВА.**

10.02.2020 г.  
София

Подпис: .....  
/доц. д-р М. Янева/