

СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Манол Николов Рибов – УНСС

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност 05.02.18 „Икономика и управление (Туризм)“

Автор на дисертационния труд: Гергана Георгиева Ангелова

Тема на дисертационния труд: „Усъвършенстване на бизнес комуникациите в хотелиерството“

Основание за представяне на становището: участие в състава на научно жури по защита на дисертационен труд съгласно Заповед №1385/ 13.06.2013 г. на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“ и Решение на заседание на научното жури от 14.06.2013 г.

1. Информация за докторанта

Гергана Георгиева Ангелова е зачислена като докторант на самостоятелна подготовка към катедра „Туризм“ на ЮЗУ по научната специалност 05.02.18 „Икономика и управление (Туризм)“ съгласно Заповед №1013/ 08.07.2008 г. на Ректора на ЮЗУ. Обучението е осъществено през периода от 07.07.2008 г. до 07.07.2013 г.

2. Обща характеристика на дисертационния труд

2.1. Оценка на структурата и обема

В **структурно отношение** дисертационният труд е съставен от три глави, увод и заключение, списък с таблици и фигури, библиография и приложения. В увода докторантът е обосновал актуалността на темата и е определил целта, задачите, изследователската теза, обекта и предмета. В **трите глави** на дисертационния труд последователно са представени теоретичните, методичните и приложните въпроси, свързани с усъвършенстването на бизнес комуникациите в хотелиерството. В заключителната част на дисертацията са формулирани изводи и препоръки и са определени насоките за усъвършенстване на бизнес комуникациите в хотелиерството. Освен това в тази част на труда са отразени теоретичните и практико-приложни приноси на докторанта.

Според мен тази **структура** отговаря на изискванията за композиционно и съразмерно разположение на отделните части на труда и което е особено важно осигурява тяхната логическа обвързка, оптимизирайки компонентите и звената на познавателната верига.

Дисертацията е с обем от 240 страници печатен текст – от тях 207 страници представляват **основен текст**, 3 страници са списък на таблиците и фигурите, 7 страници са списък на използваната литература и 23 страници са приложения.

Посоченият обем от 240 страници е достатъчен, за да бъдат изложени теоретичните, методологическите и приложните въпроси на проведеното от докторанта изследване. Възприетият от него обем му е дал възможност да систематизира информацията и да изгради съдържанието на дисертацията, прилагайки подходящи за целта средства на научното изследване.

2.2. Оценка на актуалността на темата, целта и задачите

Актуалността на избраната тема за дисертационния труд се обяснява с факта, че комуникацията е една от основните функции на всяка стопанска дейност. Независимо дали е писмена или устна, тя е проводникът, чрез който туристическото предприятие установява контакт със своите клиенти. Това е механизмът, чрез който ръководството на предприятието влияе на изпълнителския персонал и напътства дейността му. Комуникацията също е и средство, чрез което този персонал осигурява информация и обратна връзка, от която ръководството се нуждае, за да взема ефективни решения. Очевидно е, че именно туристическото предприятие, което осъществява ясна, съдържателна и ефективна комуникация с клиентите, служителите, акционерите, кредиторите и обществеността ще има добри шансове да изгради отношения на доверие и ще може да разчита на сътрудничество.

Докторантът си поставя за **цел** въз основа на анализа и оценката на ефективността на бизнес комуникациите в хотелиерството, да определи възможностите за тяхното усъвършенстване. Формулирана по този начин целта характеризира конкретна предметно определена насоченост на изследователския процес и начините на неговото осъществяване.

Задачите, произтичащи от така определената цел, се отнасят до:

- Определяне на особеностите на бизнес комуникациите в хотелиерството;
- Изясняване на понятийния апарат, характеризиращ „хотелската комуникация“;
- Разработване на система от критерии, показатели и методи за анализ и оценка на комуникационната ефективност в хотелиерството;
- Предлагање на модел за ефективни комуникации в хотелиерството;
- Формулиране на насоки и препоръки за усъвършенстване на бизнес комуникациите в хотелиерството.

Докторантът **правилно е определил** целта и задачите на изследването. Ясно е формулирана конкретната предметно определена насоченост на изследователския процес, както и начините за неговото осъществяване. Много добре са представени основните аспекти на съдържанието на изследването, чието осъществяване чрез вътрешно присъщите му дейности позволява да се постигне целта, респективно да се провери истинността на хипотезите.

2.3. Оценка на обекта, предмета и основната теза

Обект на изследването в дисертационния труд са бизнес комуникациите в туризма, а **предмет** на изследването е усъвършенстването на бизнес комуникациите в хотелиерството с оглед повишаване на тяхната ефективност.

Докторантът е постъпил добре, като се е ориентирал към обект, който може да се разглежда като процес или явление, порождащ проблемна ситуация. Той правилно е избрал за предмет на изследването хотелиерството, което е в границите на обекта на изследване. Става въпрос за този фрагмент от бизнес комуникациите в туризма, който се отнася за хотелиерската дейност. По този начин обектът и предметът на изследването като категории на научния процес се съотнасят помежду си така, както общото към частното.

Според **основната теза** на докторанта усъвършенстването на бизнес комуникациите в хотелиерството се постига чрез разработване и прилагане на подходящ модел, кореспондиращ с критериите и показателите за комуникационна ефективност.

С тезата е дефиниран изходния замисъл на изследването, който се поддържа и доказва в дисертационния труд. Това става чрез формулираните хипотези, представляващи твърдение на докторанта, потвърдено с резултатите от изследването.

2.4. Оценка на осведомеността на докторанта

Използваният от докторанта библиографски апарат е съставен от 137 литературни източници, 43 от които са на кирилица, а останалите 57 са на латиница, като в тях са намерили място и 37 интернет източници. Литературните източници са подредени по азбучен ред на фамилията на автора, като първо е посочена литературата на кирилица, а след това на латиница. Цитиранията са представени под черта и в отделен списък, приложен в края на дисертационния труд. В него преобладават публикациите от последните 10-12 години.

От подбора на библиографския апарат и начина на боравене с него проличава доброто познаване от докторанта на литературата и научните постижения в областта на бизнес комуникациите в хотелиерството, неговата способност да систематизира и критично да обмисля съществуващите научни тези и да заема аргументирана позиция по всяка една от тях.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

В дисертационния труд са извършени задълбочени **проучвания** по широк кръг въпроси от теоретично, методологическо и приложно естество. Изследвани са някои чуждестранни добри практики и предпоставките за тяхното навлизане в нашата страна. Специално внимание е отделено на комуникационните практики, свързани с

получаването на обратна информация от изпълнителския персонал и потребителите на хотелиерски услуги. Изследвани са два вида междуличностна комуникация в хотелиерството: вътрешна – между служителите от всички нива на организационната структура в хотела и външна – между персонала и гостите на хотела. Въз основа на тези проучвания са получени полезни за теорията и практиката **резултати**. Установено е състоянието на бизнес комуникациите в хотелиерството в България. Специално внимание е отделено на взаимовръзката Мениджър – Персонал – Клиенти. Представени са конкретни резултати от изследване на вътрешните комуникации в хотела. Същото е направено и по отношение на частта от външните комуникации, осъществявани между персонала и гостите на хотела.

За постигане на посочените резултати докторантът е използвал методически инструментариум, включващ системния и функционално-структурния подход и традиционни научно-изследователски методи, като анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия и абстракция. За тяхното реализиране е приложен специализиран софтуер, кореспондиращ със съвременните техники за обработка на статистически данни. Става въпрос за Portable Statistics (SPSS) и Microsoft Excel.

Разглеждана като прескриптивна система, прилаганата от докторанта **методология** е съставена от набор от норми, правила и методи, които са му дали възможност успешно да проучи конкретни факти, да реши специфични познавателни и практически задачи, да разкрие едни или други връзки и зависимости на бизнес комуникациите в хотелиерството.

4. Оценка на получените научни и научно-приложни приноси

Въз основа на анализа, оценката и синтеза на нови идеи докторантът предефинира, а в редица случаи и разширява съществуващите знания, насочвайки се към изследването на проблеми, чието решаване води до резултати, които могат да бъдат квалифицирани като принос в науката. Конкретизирани тези приноси са, както следва:

1. Установени са особеностите на бизнес комуникациите и е допълнен свързания с тях понятиен апарат;
2. Диагностицирано е състоянието на бизнес комуникациите в хотелиерството в област Благоевград, Югозападна България;
3. Разработен е алгоритъм за анализ и оценка на състоянието на бизнес комуникациите в хотелиерството;
4. Предложен е модел за ефективни бизнес комуникации в хотелиерството;
5. Направени са изводи и са дадени препоръки за отстраняване на недостатъците, снижаващи ефективността на бизнес комуникациите в хотелиерството;
6. Определени са възможностите за усъвършенстване на бизнес комуникациите в хотелиерството на Република България.

Постигнатите от докторанта научно-приложни приноси могат да бъдат определени като оригинално развитие и решение на проблеми в организационните комуникации, довели до конкретен резултат и с общност, валидна за третирания клас частни проблеми на комуникациите в хотелиерството.

Демонстрираните възможности на докторанта в дисертационния труд ми дават основание да направя и някои препоръки за бъдещата му научно-изследователска работа. Добре би било, ако в бъдеще той посвети усилията си на **комуникационната политика на туристическото предприятие**. Това налага да се направят задълбочени проучвания върху **влиянieto чрез комуникацията**. От тази гледна точка комуникацията се представя като заявления, с които **комуникаторът** преследва намерението да отклони в определена посока мисленето и действията на **реципиентите**. Имат се предвид онези случаи на комуникация, чиито изисквания са не предимно „информационни“ или „забавни“, а отразяват съзнателно намерение на комуникатора да повлияе върху нагласите и поведението на реципиентите.

Тази именно „убеждаваща комуникация“ стои в основата на **търговската реклама** като неразделна част от маркетинга и един от основните му инструменти за проникване и въздействие на пазара. Върху нея се изгражда и **пъблик рилейшънс**, чието предназначение е да въздейства върху поведението на хората, които имат отношение към дадено туристическо предприятие, както и да оказва влияние върху техните взаимоотношения.

Комуникационната политика, която предлагам на докторанта за бъдещата му научна работа е съставна част на **маркетинговия микс**. Тя включва **система от информационни комуникации, рекламна система и система на пъблик рилейшънс**, използвани от туристическото предприятие за въздействие върху хората и стимулиране на търсенето, което те могат да проявят към стоките или услугите.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

По вид и брой представените публикации съответстват на обявените в автореферата. Става въпрос за две статии в научни списания, една глава в колективна монография и три доклада в сборници от научни конференции. Посочените публикации **отразяват реално постиженията на докторанта** и са достатъчно представителни, за да ги огласят пред академичната общност и заинтересованите делови кръгове от практиката.

6. Критични бележки и препоръки

В дисертационния труд се установиха и някои несъществени пропуски, които ми дават основание да направя следните критични бележки:

1. Добре би било в т.4 от глава втора (стр. 122-138) да се допълни информацията за използваните методи за анализ и оценка на ефективността на бизнес комуникациите от гледна точка на лоялността и удовлетвореността на служителите и клиентите;
2. Анализът на автора в т.2 на глава трета (стр. 149-173) би придобил по-завършен вид, ако в него беше включено и сравнение на получените оценки за комуникационна ефективност на трита вида изследвани взаимоотношения. Това се налага, тъй като анализът, отразен в т.3.3 на матрицата „Използваемост – Ефективност“ включва само две от възможните три вида изследвания.

Направените критични бележки не са от такъв характер, че да оспорват приносите на докторанта. Дисертационният труд представлява **оригинално и задълбочено научно изследване** на значими проблеми. В него са намерили място всички по-съществени страни на бизнес комуникациите, осъществявани в сферата на хотелиерството. Докторантът ги конкретизира с факти, понятия, методи, теоретични обобщения и изводи, като изяснява какво да се съхрани от настоящето и как да се преодолеят несъответствията между новите факти и остарелите теоретични схващания. Според него поставянето, формулирането и решаването на проблемите за ефективността на бизнес комуникациите в хотелиерството е индикатор за сериозни изменения в научното познание за комуникациите. Очевидно е, че всеки напредък в тази област се осъществява чрез преодоляване на противоречията между новите принципи и съществуващите теоретични схващания, което в крайна сметка води до решаване на проблеми, свързани с бизнес комуникациите в хотелиерството.

7. Заключение

Разкритата процедура за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ отговаря на изискванията, предвидени от чл.8 до чл.12 на глава втора от ЗРАСРБ и на чл.24 до чл.34, раздел втори на ППЗРАСРБ. Дисертационният труд показва, че кандидатът притежава задълбочени теоретични знания в областта на бизнес комуникациите и способности за самостоятелни научни изследвания. Цялостната ми оценка на труда, базирана на неговата актуалност, структура, съдържание и теоретични обобщения, ми дава основание да приема, че в него се съдържат предвидените в чл.6 (3) на ЗРАСРБ и в чл.27 (1) от ППЗРАСРБ научно-приложни резултати, които представляват **принос** в науката. Това са и съображенията ми да препоръчам на уважаемите членове на научното жури да вземат решение за **присъждане на Гергана**

Георгиева Ангелова образователна и научна степен „доктор“ по научната специалност „Икономика и управление (Туризм)“.

София,

18.06.2013 г.

Изготвил становището:



(проф. д-р Манол Рибов)