

СТАНОВИЩЕ

Изготвил становището: доц. д-р Еленита Кирилова Великова, научна специалност 05.02.18 „Икономика и управление (туризъм)”, катедра „Икономика на туризма”, УНСС

Автор на дисертационния труд: Гергана Георгиева Ангелова

Тема на дисертационния труд: Усъвършенстване на бизнес комуникациите в хотелиерството

Настоящото становище е изготвено въз основа на Заповед № 1385/13.06.2013 г. на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски” и в съответствие с изискванията на ЗРАСРБ, ППЗРАСРБ и Вътрешните правила за развитие на академичния състав на ЮЗУ „Неофит Рилски”.

I. Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд е разработен в обем от 240 страници, от които 23 страници са приложения, 3 страници списък на таблиците и фигурите и 7 страници списък на използваната литература. Библиографската справка е съставена от 137 източника, 63 от които са на български език, а 74 – на английски език. Тя коректно отразява използваните и цитираните източници. Изследването включва 45 фигури, 7 таблици и 8 приложения. В структурно отношение трудът е съставен от три глави, увод и заключение. В тях последователно са разгледани теоретичните основи на бизнес комуникациите в хотелиерството, методологическите въпроси на анализа и оценката на бизнес комуникациите в хотелиерството и възможностите за усъвършенстване на бизнес комуникациите в реални условия на хотелиерската дейност. Приложенията допълнително потвърждават задълбочената изследователска работа на докторанта.

II. Преценка на формата и съдържанието на дисертационния труд

Общата ми преценка за формата и съдържанието на дисертационния труд е много добра. Темата му е формулирана добре. Актуалността е ясно обоснована, от гл.т. на това, че професионалното и качествено обслужване в хотелиерството в голяма степен зависи от ефективните комуникации. Докторантът предлага усъвършенстването на комуникациите да се извърши в две насоки – вътрешна (между самите служители) и външна (между служителите и клиентите). Направените изследвания са от значителен интерес, тъй като една от най-слабите характеристики на българския туризъм е именно обслужването. А поради факта, че производството на хотелиерския продукт съвпада по време с неговото потребление, насоките за усъвършенстване на дейността трябва да се търсят преди нейното осъществяване. Изследователската теза, предметът и обектът на изследване са правилно определени, целта и задачите са коректно изведени, като прецизно отразяват извършената изследователска работа от докторанта. Със своите достойнства се отличават методологията на изследването и възприетите ограничения. Използваният методически инструментариум позволява ясното доказване на тезата на дисертационното изследване и решаването на поставените задачи. Изследваният научен проблем е ясно изложен в теоретичен, методологически и приложен аспект. Изложението и използваната литература показват, че докторантът се е запознал със значителен брой литературни източници. Стилът на дисертацията също е много добър.

На структурата на дисертационния труд може да се даде висока оценка. Логично началото на дисертационния труд започва с проследяване развитието на бизнес комуникациите в исторически контекст, като са изведени основните пропуски в комуникационните модели досега. Типологизирането на бизнес комуникациите, дава

възможност за извеждане на предимствата и недостатъците на различните им форми, а изясняването на техните особености като цяло и в частност в хотелиерството дава възможност на докторанта правилно да структурира по-нататъшните си изследвания. Удачно би било според мен да се обогати малко информацията относно различията в комуникациите при различните нации, имайки предвид че за по-качественото обслужване на туристите е добре да се познават специфичните им характеристики. Изясняването на тенденциите дава ясна представа за предизвикателствата, пред които са изправени хотелиерите днес. Може да се обобщи, че в първа глава ясно са изложени основните термини, използвани в изследването, като е налице критичен анализ и собствена позиция на докторанта. Анализите във втора глава започват с преглед на досегашния опит в изследването на комуникациите в България, който може да се съкрати малко. Изведените от докторанта критерии и показатели за анализ и оценка на ефективността на комуникациите на равнище „Ръководител - Изпълнител“, „Изпълнител - Изпълнител“ и „Персонал - Клиент“ са изчерпателни, добре обосновани и целенасочени. Методологическите аспекти на дисертацията правилно завършват с изясняване на отделните методи за анализ и оценка, които ще бъдат използвани в приложната част. Трета глава започва с определянето на методиката, която ще бъде използвана за анализ, оценка и усъвършенстване на бизнес комуникациите в хотелиерството. Въпреки че в началото на втори параграф е допуснато известно преповтаряне на информацията от предходните, в него детайлно са представени резултатите от представителното проучване. Преведените резултати доказват основната теза на дисертационното изследване и потвърждават неговите хипотези. Направените изводи и изведените препоръки също се отличават със своите достойнства и на трите равнища на изследването. Безспорно най-ценни от практико-приложна гледна точка са разработеният модел за измерване на ефективността на бизнес комуникациите в хотелиерството, изведените показатели, които се нуждаят от подобряване, и насоките за усъвършенстването им.

Авторефератът достоверно възпроизвежда съдържанието на труда. Подготвен е в обем от 40 страници компютърно набран текст и е съставен от пет части, които се отнасят за общата характеристика на дисертационния труд, неговия обем и структура, краткото му изложение, справка за приносите и научните публикации, свързани с него. Справката за приносите, представена с дисертационния труд, отразява обективно реалните достижения на докторанта. Общо са представени шест публикации. Една от публикациите е самостоятелна глава от монография, две са статии, а останалите три – доклади, представени на международни научни форуми, две от тях на английски език. Считаю, че тези публикации представят реално постиженията на докторанта и са достатъчно представителни, за да ги огласят пред академичната общност и заинтересованите делови кръгове от практиката.

III. Научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд

Присмам изцяло изведените **приноси**. Считаю, че докторантът реално е оценил научните си достижения. Извършеният теоретичен анализ позволява дефинирането на понятията и изясняването на особеностите на бизнес комуникациите в хотелиерството, както и извеждането на авторова дефиниция за хотелска комуникация. Със своя приносен характер се отличава и разработената методика за анализ, оценка и усъвършенстване на бизнес комуникациите в хотелиерството. Изследвана е взаимовръзката „използваемост-ефективност“ на информационните средства и канали на трите равнища на изследването. Разработен е модел за ефективни бизнес комуникации в хотелиерството, въз основа на който са определени препоръките и възможностите за усъвършенстването им в българските обекти.

IV. Обобщена оценка на дисертационния труд и заключение

В дисертационния труд са поставени ясни цели и задачи, които докторант Ангелова безспорно е постигнала и изпълнила. Практическата част е задълбочена, добре аргументирана и добросъвестна. Проучена е както съществуващата литература, така и актуални документи в изследваната област. Анализите са коректни, препоръките обосновани и произтичащи от резултатите от изследването. Докторантът демонстрира умения за задълбочен и аргументиран анализ, обобщения и критично мислене. Авторефератът съответства на съдържанието на дисертационното изследване. Самооценката за научните приноси е точна и отговаря на действителните приноси. Гургана Ангелова има сериозни научни публикации по темата на дисертацията. Анализиранията дисертация представлява творческо постижение, което като тематика, теоретични обобщения, изводи и препоръки има своето безспорно значение за теорията и практиката в туризма.

Всичко това ми дава основание да предложа на уважаемите членове на научното жури да присъдят на Гургана Георгиева Ангелова образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност Икономика и управление (туризъм), професионално направление 3.9 Туризъм, област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки.

26.06.2013 г.
Гр. София

Изготвил становището:

/доц. д-р Еленита Великова/

