

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р БОРИС ТОДОРОВ КОЛЕВ

Югозападен университет „Неофит Рилски” – Благоевград

върху дисертационен труд на тема:

**„Изграждане на ефективна комуникационна политика на религиозния туризъм”,
разработен от Олга Костадинова Костадинова, докторант на самостоятелна
подготовка към Катедра „Туризъм“ към Стопанския факултет на ЮЗУ „Неофит
Рилски“, професионално направление 3.9 Туризъм, научна специалност „Икономика и
управление по отрасли” (туризъм), за присъждане на ОНС „Доктор”.**

I. Справка за кандидата:

Докторантката Олга Костадинова Костадинова е родена на 14.04.1975 г. в гр. Благоевград. След завършването на средното си образование в Езикова гимназия „Людмил Стоянов“ – Благоевград, постъпва в СУ „Св. Климент Охридски“ – София, във Факултета по класически и нови филологии, специалност: Немска филология, където получава магистърска степен. Владее писмено и говоримо немски и английски език.

Олга Костадинова е докторант на самостоятелна подготовка към Катедра „Туризъм” на Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски” по научната специалност „Икономика и управление” (Туризъм), от 2010 г- съгласно заповед № 705/01.04.2010 г. на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски.

II. Обща характеристика на дисертационния труд:

Представеният за рецензиране дисертационен труд включва Въведение, четири глави, Заключение и списък на използваната литература. Във **Въведението** е обоснована и аргументирана актуалността и изследователската теза, обекта, предмета, целта, задачите, методите, както и ограниченията и трудностите срещнати при разработването на дисертационния труд. **Четирите глави** представят по подходящ начин същността на изследването в теоретичен и методологически аспект. В **Заключението** докторантът е представил установените при разработване на дисертационния труд констатации. В него са направени и предложения за провеждане на по-ефективна комуникационна политика на религиозния туризъм по отношение на изследваните от дисертанта православни манастири в Югозападна България.

Дисертационният труд обхваща общо 331 страници текст, от които 242 са основен текст, в други 8 страници е представена библиографската справка, включваща литературните източници на кирилица са 41 източника на кирилица и 65 на латиница.

Приложен е и списък с използвани 35 интернет източника. Преобладаващият брой литературни и информационни източници на латиница (основно на английски език), показва стремеж, както и възможности за използване на основни чужди публикации, имащи отношение към темата на дисертацията. Тук искам да изтъкна, че посочените публикации са актуални и са от последните десет години. Работата с библиографския апарат показва обстойното познаване на докторанта на научните постижения в областта, която изследва, както и способността му да изразява и аргументира позиция по тях. Направените цитирания са коректни и съгласно установените стандарти. Може да се направи извод, че в този обем и тематичен обхват дисертационният труд има логическа завършеност, в която са обхванати теоретичните, методологическите и приложните въпроси и аспекти на проведеното изследване.

Темата на дисертационния труд разработена от докторант Олга Костадинова е **актуална и значима за българската туристическа индустрия**. Тя логично се вписва в стратегическите приоритети на туристическата политика на Република България. В дисертацията ясно и доказателствено са открити ролята и значението на комуникационната политика за нуждите на обектите на религиозния туризъм (църкви, манастири и др.).

Формулираната в дисертационния труд **теза** че: “ За религиозния туризъм може да бъде изградена ефективна комуникационна политика, която да повиши броя на туристическите посещения в обектите на религиозния туризъм, както и да подобри взаимодействието на същите тези обекти с националните и местни власти и регулативните органи в сферата на туризма“ е правилна, но би могла да се допълни, не само, че „може да бъде изградена ефективна комуникационна политика...”, но и че „**трябва**”.

Създаването и постоянното поддържане на ефективна комуникационна политика за обектите на религиозния туризъм е изключително важна дейност, чрез която да се постигне по-високо развитие на взаимодействието между основните участници в секторния пазар на този вид туризъм, а това са национални и регионални браншови организации, местните власти и отделните енории, в които са разположени най-атраktivните за посещения култово-религиозни обекти. Само така може да се постигне устойчиво развитие на тази вид туризъм. В този смисъл, според мен, докторантът правилно е определил изследователската теза, заемайки позицията, че ефективната комуникационна политика може да повиши посещаемостта на обектите на религиозен туризъм.

Обект на изследване в дисертационния труд е религиозният туризъм в различните му разновидности и проявления. Теоретическите анализи са насочени към разкриване особеностите на функционирането на различните организации и техните структурни звена и места (обекти) за практикуването на религиозни обреди, които предизвикват интерес за

туристически посещения с религиозна или друга близка до нея цел. Проучена е комуникационната дейност и комуникационната политика и дейности на 44 обекта на религиозен туризъм – манастири, църкви, джамии, текета на територията на Югозападна България, като от тях е определена група от 6 манастира, които реално провеждат комуникационната политика, имаща отношение към религиозния туризъм. Като **предмет** на изследването е определена комуникационната политика, която съпътства планирането, организирането, реализирането и контрола на дейностите по осъществяване на религиозния туризъм от гледна точка на манастирите в Югозападна България, в различните и проявления заедно с нужните механизми, чрез които тя може да бъде изведена на едно по-ефективно равнище.

Основната изследователска цел на дисертационния труд е разкриване на особеностите и обхватът на комуникационната политика за нуждите на религиозния туризъм, както и възможностите за превръщането ѝ в ефективен управленски механизъм. За да бъде създадена ефективна комуникационна политика, е необходимо да се стъпи на разбирането, че религиозният туризъм е стопанска дейност, която не противоречи, а съдейства и подпомага за реализацията на целите на съответните религиозни общности и обекти. В този смисъл ползите са двустранни – за религиозните общности, от една страна, и за туристическия отрасъл – от друга. Дисертационният труд е теоретико-приложен. Теоретическите проблеми не са анализирани самоцелно. Посочени са същността, спецификите и видовете религиозния туризъм, както и обосновка на необходимостта от създаване и провеждане на съответна комуникационна политика по отношение на популяризирането на неговите обекти, както и на отделните конфесии и техните органи, които ги стопанисват. Приложната цел включва изследване на комуникационните дейности и процеси на 44 обекта на религиозен туризъм – манастири, църкви, джамии, текета на територията на Югозападна България, които в последствие са сведени до 6, манастира с реално налична комуникационна дейност и политика. Това са важни обекти в структурата на недвижимите обекти на националното културно-историческо наследство.

За осъществяването на представената по-горе цел, докторантът е формулирал съответен набор от изследователски задачи, чрез които постига изясняване на същността и спецификите на този вид туризъм, основните му форми на конкретни дейности. Тези задачи са:

1. Разкриване същността на комуникационната политика, мащаба и конкретната ѝ форма на проявление в религиозния туризъм.

2. Разработване на критерии и показатели за измерване на ефективността на комуникационната политика на религиозния туризъм, разглеждана като съвкупност от дейностите по връзки с обществеността и рекламата.

3. Избор на конкретни управленски решения за планиране, организация и контрол на дейностите по изграждане и реализация на комуникационна политика на обектите на религиозния туризъм.

4. Апробирането на ефективни модели на комуникационна политика в конкретни религиозни обекти.

Така определените изследователските задачи отразяват основните аспекти на изследването имат логическа обвързаност помежду си и способстват за постигането на целта на дисертационния труд. В този смисъл приемам, че **тезата, предмета, обекта, целта и задачите на** изследването дават ясна представа за насоките на изследователските търсения на докторанта.

Изследването на възможностите за изграждане на ефективна комуникационна политика на религиозния туризъм се основава на използването на съответната съвкупност от подходи и методи. Приложени са системният подход, както и методите на синтеза и абстракцията, на анкетирането и структурното интервюиране, на математически апарат за измерване и оценка на ефективността на комуникационната политика.

Приложеният комплекс от подходи и методи съответства на спецификата на обекта и предмета на изследване, както и на целта на дисертацията. Той е достатъчен за постигане на практически приложимо знание за комуникационната политика по отношение на обектите за религиозен туризъм.

III. Оценка на научните и практически резултати на дисертационния труд

Глава I – Същност и съдържание на религиозния туризъм:

Главата обхваща четири точки: 1.) Поява и еволюция на религиозния туризъм; 2.) Форми на религиозния туризъм; 3.) Мотивациите в религиозния туризъм и 4.) Тенденциите в развитието на религиозния туризъм.

В първата точка е направен опит за дефиниране на понятията „религиозен туризъм“, „поклонически туризъм“ и „поклонническо пътуване“, като е проследена появата и еволюцията на религиозния туризъм. Разгледан е въпросът за отношението към този икономически и социален феномен от страна на християнската църква.

В точка втора, акцентът е върху форми на религиозния туризъм. Разгледани са формите практикувани в Западна Европа (най-вече в католическите страни) и в православните страни.

В точка трета аргументирано са представени мотивациите за предприемане на пътувания с цел религиозен туризъм.

Глава II - Комуникационна политика на религиозния туризъм:

Четири точки, разработени в тази глава са: 1.) Характерологични особености; 2.) Заинтересовани страни в туристическата политики; 3.) Комуникационни канали (телевизия, радио, интернет, печатни материали) и 4.) Комуникационната стратегия и етапи на нейната реализация.

В първа точка е отделено внимание на характерологичните особености на комуникационния процес в туризма, разглеждан най-вече като част от маркетинговата и ПиАр дейността на обектите на религиозен туризъм и туристическите фирми, предлагащи продуктите на религиозния туризъм. На тази основа е определен и обхвата на комуникационната политика като специфичен вид управленска дейност.

Във втора точка са представени основните заинтересовани страни от развитието на религиозния туризъм, като е адаптиран модела на д-р Р. Кръстева за заинтересованите страни в селския туризъм от 2013 г.

В точка трета са разгледани основните комуникационно-информационни канали, които могат да се използват за реализацията на комуникационната политика в религиозния туризъм (телевизия, радио, интернет, печатни материали и други), като са изведени техните предимства и недостатъци от гледна точка на обектите на религиозен туризъм и владеещите и управляващите ги църковни институции.

Глава III – Оценка и анализ на комуникационната политика:

Главата е разработена в четири точки: 1.) Критерии и показатели; 2.) Методи за анализ и оценка на комуникационната политика и 3.) Планиране организация и мониторинг на комуникационната политика.

В точка първа е представена технологията за извеждане и структуриране на критерии и показатели за оценка, като е представен и съответния набор от критерии и показатели, по които може да се извърши тази оценка за нуждите на религиозния туризъм.

В точка втора са представени методите за анализ и оценка на комуникационната политика, като тук за основа на анализа са използвани основополагащите разработки на проф. М. Рибов, както и последващите научни търсения на В. Статев, д-р Р. Кръстева и др.

В точка трета е представен в логическа последователност процеса на планиране, организация, мониторинг и провеждане на комуникационната политика, която следва да се осъществява от управляващите обектите за религиозен туризъм институции, както и от страна на фирмите, предлагащи продуктите на религиозния туризъм.

Глава IV – Разработване и реализация на комуникационни проекти за българските манастири:

Главата е структурирана в четири точки: 1.) Църквата като икономически субект в туризма; 2.) Анализ на съществуващите комуникационни канали; 3.) Разработване на модел на комуникационна политика; 4.) Внедряване на комуникационна политика.

Точка първа представлява опит за обобщаващ анализ на ролята на църквата като икономически субект. Тук позицията на изследването включва, както представяне на тази роля в определени страни от Западна Европа (най-вече Германия), така и разкриване и обобщаване на определени характеристики в дейността на Българската православна църква като икономически субект. Тук трябва да се отбележи, че това е един смел опит за обобщаващ анализ, тъй като до момента такъв не е правен, освен ако не се вземат предвид някои спорадични публикации в българския периодичен печат.

В точка втора е направен анализ и оценка на съществуващите комуникационни канали, използвани от шест манастира в Югозападна България – Рилски манастир, Руенския манастир, Ресилевския манастир, Роженския манастир, Гоцеделчевския манастир и Хаджидимовския манастир.

В точка трета е разработен модел на комуникационна политика за нуждите на обектите на религиозен туризъм, като за основа е използван подхода за определяне структурата на комуникационните кампании в туризма, предложен от И. Фрошот и П. Легорел (2010 г.).

В четвърта точка, въз основа на констатациите от предходните четири точки е направен опит за формулиране на насоки за внедряване на комуникационна политика от страна на обектите на религиозния туризъм в България.

В Заключението са представени, накратко и като обобщение основните резултати от проведените емпирични изследвания.

IV. Оценка на публикациите по темата на дисертацията

За участието си в процедурата докторант Олга Костадинова е представила три доклада и две статии. **Статиите са публикувани в списание „Икономика и управление”**, издание на Стопанския факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски”. **Докладите са изнесени на една международна научна конференция във Варна и две в чужбина.** Според мен, в представените научните публикации фактически е **отразен в значителна степен дисертационния труд** в различни степени на завършеност и с акцент върху отделни проблемни моменти и научни търсения.

V. Оценка на научните и практически резултати и приноси на дисертационния труд

В представения от кандидата Олга Костадинова дисертационен труд на тема „Изграждане на ефективна комуникационна политика на религиозния туризъм ” могат да се открият следните **научни и научно приложни приноси**, които приемам:

1. Направен е сполучлив опит за дефиниране на приложното поле на комуникационната политика в туризма от гледна точка на обектите на религиозния туризъм (църкви, манастири и др.).
2. Разработен е набор от критерии и показатели за измерване на ефективността на комуникационната политика на религиозния туризъм, прилаган от страна на определени български манастири.
3. Разработен е модел за комуникационна политика за нуждите на религиозните обекти на Българската православна църква.
4. Разграничени са мотивациите, подтикващи пътуващите за предприемането на поклоннически пътувания и пътувания с цел религиозен туризъм.

Така формулираните научни приноси на кандидата са дело на **самостоятелни и целенасочени научни търсения, доразвиват и обогатяват в теоретичен и практичен аспект съществуващото научно познание** в сферата на управленската наука по отношение на конкретното ѝ приложение в туристическата индустрия.

VI. Критични бележки и препоръки

При процеса на рецензиране на дисертационния труд се откриха и някои **пропуски и бележки**, сред които:

- Възможно е било част от информацията дадена в Глава Първа и в приложенията да се съкрати, тъй като фактически не се отнася пряко до направения анализ и оценка в основния текст на дисертационния труд.

- На места се използва терминология, която буквално се транскрибира на български език, а за същата има български аналози. Това личи и от някои названия на селища и обекта. Например, името на Делфийската прорицателка е Пития, а не Пифия (стр. 19), названието на известния френски град, в който се извършват поклонения е Лурд, а не Лурда (стр. 20), известният манастир северно от Скопие е „Св. Прохор Пчински”, а не „Пшински” и някои други.

- Систематичното място на изводите от точка втора в четвърта глава, според мен, е в заключението на дисертационния труд.

• Препоръчвам в бъдещата си работа Олга Костадинова да се запознае с по-обстойно с европейската практика по отношение на утвърдените и сертифицирани поклоннически маршрути като този до Сантяго де Компостела, „Пътят на Св. Олаф” в скандинавските страни, „Пътят на Св. Мартен” и други и как тя да се използва в български условия.

Направените бележки не могат да дадат съществено отражение върху качествата на представената за рецензиране дисертация. Според мен разработения дисертационен труд представлява оригинално, завършено и достатъчно задълбочено собствено изследване.

VII. Заключение:

Въз основа на запознаването си с направените анализи, изводи и научни приноси давам **положителна оценка** на представения дисертационен труд на тема **„Изграждане на ефективна комуникационна политика на религиозния туризъм ”**. Считам, че с него докторанта Олга Костадинова показва задълбочени теоретични познания и подготовка, както и доказва изследователски си възможности да провежда самостоятелни научни изследвания. Спазени са всички предвидените в ЗРАСРБ, Правилника за приложението му и други нормативни актове, изисквания за наличие на собствено постигнати научно-приложни резултати.

Въз основа на всичко това си позволявам да предложа на членовете на Уважаемото Научно жури да присъдят образователната и научна степен ДОКТОР на Олга Костадинова Костадинова по професионално направление 3.9 Туризъм, научна специалност „Икономика и управление” (Туризъм).

19.06.2015 г., гр. Благоевград

Рецензент: 

Проф. д-р Борис Колев

