

РЕЦЕНЗИЯ

От: **доц. д-р Мариана Кирилова Янева**

Катедра „Икономика на туризма”

Университет за национално и световно стопанство

Научна специалност: „Икономика и управление” (Туризм)

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по научна специалност „Икономика и управление (туризм)”

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 1647/03.06.2015 г. на Ректора на ЮЗУ ”Неофит Рилски”-Благоевград.

Автор на дисертационния труд: **Олга Костадинова Костадинова**

Тема на дисертационния труд: **„Изграждане на ефективна комуникационна политика на религиозния туризм”**

1. Информация за дисертанта

Олга Костадинова е докторант на самостоятелна подготовка към Катедра „Туризм” на Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски” по научната специалност „Икономика и управление” (Туризм), съгласно заповед № 705/01.04.2010 г. на Ректора на Югозападен университет „Неофит Рилски. Завършила е факултет по класически и нови филологии, специалност: Немска филология, магистърска степен. Владее немски и английски език – писмено и говоримо.

2. Обем и структура на представения дисертационен труд

Дисертационният труд е в обем от 331 стандартни страници компютърно набран текст, от които 242 страници са основен текст и се състои от въведение, четири глави, заключение, три приложения и списък

на използваната литература от 141 източника (от които 41 са на научни статии на български език, 65 са литературните източници на немски и английски език, използвани са също така и 35 интернет източника).

Структурата на дисертационния труд отговаря на изискванията за съразмерно разположение на отделните компоненти и тяхната логическа взаимовръзка. Тя съответства на поставените цели от докторанта и способства за тяхното последователно осъществяване.

3. Актуалност на темата на дисертационния труд

Актуалността на темата се обяснява със значението, което има религиозния туризъм, при когото едва през последните две десетилетия се забелязва повишен интерес като форма на специализираните видове туризъм в новите икономически и социални условия. Знанията за съдържанието и обхвата му стимулират ефективното използване на антропогенните туристически ресурси.

Докторантът е обосновал актуалността и значимостта на темата на дисертационния труд от гледна точка на използването на различните ресурси в нашата страна и изграждането на нови форми на пътуване сред потенциални потребители на подобен тип продукт.

Изследователската **теза** третира комуникационната политика като инструмент за популяризиране на този вид туризъм и координиране на управленските решения на заинтересованите страни с цел реализирането на този тип продукт.

Обект на изследване е религиозният туризъм в различните му разновидности и проявления. Проучена е комуникационната дейност и комуникационната политика 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. **Предмет на изследване** е комуникационната политика, която съпътства планирането, организирането, реализирането и контрола на дейностите по осъществяване на религиозния туризъм от гледна точка на манастирите в Югозападна България.

Изведената от докторанта **цел** - да се разкрият особеностите и обхватът на комуникационната политика за нуждите на религиозния туризъм, както и възможностите за превръщането ѝ в ефективен

управленски инструментариум е доказана чрез решаването на поставените в труда задачи в поэтапното им извеждане в четирите глави на изследването.

От поставените четири задачи, най-съществено значение имат разработването на критерии и показатели за измерване на ефективността на комуникационната политика на религиозния туризъм, и изборът на конкретни управленски решения за планиране, организация и контрол на дейностите по изграждане и реализация на комуникационна политика на обектите на религиозния туризъм.

4. Използван методологически инструментариум

Приложеният методически инструментариум използва достъпния в рамките на съществуващите алтернативи набор от подходи и методи. Те обхващат преглед на водещите литературни източници, резултатите от проведени изследвания, финансови методи, анкетни проучвания, лични наблюдения и експертен опит.

За получаването на необходимата емпирична информация е приложен методът на анкетирането и методът на структурното интервюиране. На тях, както и на методите на статистическата обработка на информацията се разчита да дадат достоверна картина за ефективността на комуникационната политика, която да позволи да се направи подходящият избор на управленски решения.

Считам, че прилаганият от докторанта методологически инструментариум е адекватен на познавателните ситуации, които той решава. В своята съвкупност използваните от него изследователски операции осигуряват необходимата достоверна и изчерпателна информация за анализа и оценката на процесите в реализирането на комуникационната политика на религиозния туризъм.

5. Критичен анализ на съдържанието на дисертационния труд

По отношение на Глава I – Същност и съдържание на религиозния туризъм:

Главата е структурирана в 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.

По отношение на 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.

По отношение на Глава III – Оценка и анализ на комуникационната политика:

Главата е структурирана 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.

По отношение на 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.

Критичният анализ на съдържанието на дисертацията показва, че докторантът е спазил класическата схема при структурирането на своя труд. Той е развил последователно теоретичните, методологическите и приложните въпроси на комуникационната политика на територията на Югозападна България в контекста на религиозния туризъм.

При изследването на **теоретичните въпроси** неговото внимание е насочено преди всичко към форми на религиозния туризъм, преди всичко практикувани в Западна Европа; мотивациите, които карат хората да предприемат подобни пътувания най-вече с цел културно обогатяване; характерологичните особености на комуникационния процес в туризма, разглеждан най-вече като част от маркетинговата и ПР дейността на обектите на религиозен туризъм и туристическите фирми, предлагащи продуктите на религиозния туризъм; основните заинтересовани страни от развитието на религиозния туризъм; комуникационните канали и предимствата и недостатъците от гледна точка на обектите за религиозен туризъм и владеещите и управляващите ги църковни институции.

В резултат на направеният анализ на първа и втора глава може да се отбележи, че докторантката изпълнява поставените от нея изследователски задачи поставени в увода на труда.

При оценката и анализа на комуникационната политика в трета глава е представена технологията за извеждане и структуриране на критерии и показатели за оценка, представени са методите за анализ и оценка на комуникационната политика, както и е проследен процеса на планиране, организация и мониторинг на комуникационната политика, която следва да се осъществява от ръководствата на обектите за религиозен туризъм, на управляващите ги религиозни институции, както и от страна на фирмите, предлагащи продуктите на религиозния туризъм.

В последната четвърта глава от труда е направен 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. Изследвани са шест значими за българския религиозен туризъм обекта – манастирите – Рилския, Руенския, Ресиловския, Роженския, Гоцеделчевския и Хаджидимовския.

Практико-приложният модел предложен в третата точка от четвърта глава, е добър опит да се систематизират комуникационните елементи свързани с приложението на кампании в туризма с цел популяризиране и промоциране на религиозните обекти.

Като необходимост за изчерпателност на подобен тип предложения предлагани в България, би било добре да бъдат разгледани в отделна точка и идентични пакетни продукти предлагани от български туроператори или възможностите за изграждане на подобни маршрути с цел промоцирането им не само на макро и мезо равнище, но и на микроравнище от български и чужди туроператори.

6. Оценка на получените научни и научно-приложни *резултати*

В изложението на отделните части от труда, както и в заключението са представени по същество, накратко и като обобщение основните резултати от изложените и доказани теоретични постановки, както и от проведените емпирични изследвания.

Липсата на достатъчно опит в областта на изграждането на комуникационна политика за нуждите на църковните организации в България придава на разработката теоретико-приложен характер. Изводите се адресирани главно към ръководителите на обектите на религиозния туризъм и на туроператорските и туристически агентски фирми, осигуряващи туристически потоци в тази област.

7. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Приносите на дисертационния труд са преди всичко научно-приложни. Авторът е успял добре да ги формулира в заключението и в автореферата на своя труд. По-значими от които са следните три:

1. Дефиниране на приложното поле на комуникационната политика в туризма от гледна точка на обектите на религиозния туризъм (църкви, манастири и др.);
2. Измерване чрез инструментариум от критерии и показатели на ефективността на комуникационната политика на религиозния туризъм, прилаган от страна на определени български манастири;
3. Направен е опит да се систематизира технология чрез извеждане на модел за комуникационна политика за нуждите на религиозните обекти на Българската православна църква.

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

8. Оценка на публикациите по дисертацията

Посочените публикации са атестат за научно-изследователските интереси на кандидата в изследваната от него област. Те включват три научни статии и два научни доклада. Публикациите съответстват на темата на труда и са публикувани в специализирани издания.

9. Оценка на автореферата

Дисертационният труд е комплектован с необходимите документи. Авторефератът достоверно възпроизвежда съдържанието на труда, дава достатъчно добра представа за целите, обекта, предмета, съдържанието и резултатите от изследването. Отразява коректно обхвата на изследването.

Справката за приносите представена с дисертационния труд отразява обективно реалните достижения на докторанта.

10. Критични бележки, препоръки и въпроси

- Бележки:

От гледна точка на авторовите анализи, прави впечатление крайните постановки, които се излагат като обобщения. Например на стр. 16 от автореферата се констатира, че „туризмът е най-конкурентният бизнес в света“, което е доста крайна концепция. Препоръчвам на авторката да прецизира направените от нея констатации в бъдещи свои разработки.

Липсват достатъчно аргументирани изводи и заключения, както и авторови позиции в теоретичните части на труда. Не са направени и съответните взаимовръзки с аргументации между главите, както и между отделните части в тях.

- Въпроси:

- На стр.49 от автореферата е отбелязано, че има фондации и туристически агенции, които предлагат подобни обекти и маршрути. Кои от тях са най-популярни в България и кои от тях имат добра комуникационна политика?
- Счита ли докторантът, че е необходимо в България туристически агенции да се специализират само в подобен тип продукти и ще имат ли те достатъчно търсене, както от български, така и от чуждестранни туристи?
- Религиозният туризъм като един от първите видове появили се в света още от времето на античността, не е ли по-пазарно да бъде имплементиран в съвременната концепция за уелнес туризма, в основата на която също стои „постигането на покой на душата“, както е отбелязано от докторанта относно мотивите за потребяване на религиозния туризъм?
- Счита ли докторантът, че религиозните събития също така биха могли да се поставят в основата на продукти на туроператори по събитийен туризъм и имат ли място те у нас? Визирам например, изложеното от авторката „Дъновистко събитие с международен характер“.

Като **препоръка**, считам, че докторантът притежава достатъчно възможности да активизира публикационната си дейност, както в областта на дисертационния труд, така и в други области.

Направените бележки нямат съществено отражение върху качествата на дисертационния труд. Считам, че той представлява оригинално и достатъчно задълбочено изследване.

Заклучение

Дисертационният труд съдържа научни и научноприложни резултати, които представляват принос в науката и практиката. Написан в добър научен стил, трудът показва, че докторантът притежава добри теоретични познания в областта на туризма, и в частност на религиозния туризъм като форма на специализираните видове туризъм.

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“ по професионално направление „Икономика и управление“ (Туризъм) на **Олга Костадинова Костадинова**.

Дата / място
22. 06. 2015 г.
София

Подпис:
/доц. д-р М. Янева/