

## РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Манол Николов Рибов

**Относно:** Дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ в СУ „Св. Климент Охридски“ на докторант на самостоятелна подготовка по професионално направление 3.9 „Туризм“, научна специалност „Икономика и управление по отрасли (туризъм).

**Автор на дисертационния труд:** Диана Цветанова Далева

**Тема на дисертационния труд:** Моделиране на ефективността на туристическата реклама в спортния туризъм.

**Основание за представяне на рецензията:** Заповед № 3378/19.12.2016 г. на Ректора на ЮЗУ.

### 1. Информация за докторанта.

Диана Цветанова Далева е родена на 02.03.1989 г. в гр. Плевен. Средното си образование завършва в Националната хуманитарна гимназия „Св. Св. Кирил и Методий“ – Благоевград. През 2012 г. завършва бакалавърска степен „Туризм“ в ЮЗУ, а една година по-късно и магистратура „Международен туризъм“ в същия университет. През 2014 г. е зачислена като редовен докторант в катедра „Туризм“ към Стопанския факултет на Югозападния университет. Работила е като рецепционист в Парк хотел „Пирин“ в гр. Сандански и хотел „Корона“ в гр. Благоевград. От края на 2016 г. работи като офис мениджър и организатор на събития в „JCC Beit Shalom“.

### 2. Обща характеристика на дисертационния труд

#### 2.1. Оценка на структурата и обема.

Дисертационният труд е представен в едно книжно тяло с обем 206 стр. компютърно набран текст. От тях 179 стр. съдържат основен текст, 4 стр. са въведение, 3 стр. заключение, 2 стр. опис на съдържанието, 15 стр. списък на използваната литература, 9 стр. приложение, 5 стр. списък с таблици и фигури.

По моя преценка **обемът** на дисертационния труд от 206 стр. е **напълно 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 и изложи познанията си в тази област и да изгради съдържанието на дисертационния труд прилагайки подходящи за целта средства на научното познание.

В структурно отношение трудът е съставен от четири глави, въведение, заключение и помощен апарат. В **уводната част** докторантът е дефинирал изследователската теза, обекта и предмета на изследването, целта, задачите, методите и методологията,

ограниченията, научната новост и полезността на труда. В **четирите глави** на дисертационния труд последователно са изследвани характерологичните особености на спортния туризъм, спецификата на рекламната политика, методологическите въпроси и осигуряването на условия за повишаване на ефективността на туристическата реклама. В **заключението** докторантът обобщава своите виждания за туристическата реклама в спортния туризъм, направил е съответните изводи и е дал полезни за практиката съвети.

Считам, че тази **структура** осигурява необходимото органическо единство на съставните части на дисертационния труд в тяхната взаимна връзка, обусловеност, идентичност и определеност. С нея се определят връзките и отношенията на включените в дисертационния труд понятия и съждения, използвани за извеждане на една или друга закономерност и обосноваването на едно или друго твърдение.

## **2.2. Оценка на актуалността на темата.**

Актуалността на избраната тематика се обяснява с нарасналия интерес на хората към спортния туризъм, който осигурява двигателна активност, силни емоции и добро здравословно състояние. От друга страна, чрез рекламната възможностите, които предлага спортния туризъм достигат до сегментираните пазари. Реално погледнато рекламната като целенасочена дейност за популяризиране на спортния туризъм с цел формиране на търсенето и осигуряване на по-високи доходи може да има различни резултати според нейната ефективност. Оттук и значението на нейното моделиране с цел разкриване на възможностите за повишаване на ефективността ѝ.

## **2.3. Оценка на изследователската теза, обекта и предмета на изследване.**

Според **изследователската теза** на докторанта изграждането и поддържането на ефективна туристическа реклама на спортния туризъм е необходима, възможна и постижима управленска цел, достигането на която води до повишаване на разпознаваемостта на дестинациите за спортен туризъм.

Може да се приеме, че така формулираната теза разкрива достатъчно изчерпателно основния замисъл на докторанта, който се поставя за доказване в дисертационния труд. Тя е добре структурирана и логически издържана и обоснована.

**Обект на изследване** в дисертационния труд е спортния туризъм, като специфичен вид алтернативен туризъм и възможностите за разпознаваемост на дестинациите, в които той се предлага като специализиран туристически продукт. За разлика от него **предмет на изследването** е туристическата реклама на спортния туризъм на база примера на две неголеми по размер туристически дестинации – България и Израел, полагащи усилия да изградят и поддържат свой ясен и разпознаваем образ като туристически дестинации със спортна ориентация.

Така представени обектът и предметът са добре субординирани. **Обектът** на изследването е идентифициран с по-широк клас от въпроси, а с **предмета** е установено тяхното проявление в конкретна област. Накратко казано докторантът правилно е определил обекта като система, а предмета като негова подсистема, т.е. конкретизация в определена област

## **2.4. Оценка на поставените цели и задачи в изследването.**

Основната **цел**, която си поставя докторантът е да се направи оценка на ефективността на рекламната на спортния туризъм на примера на туристическа дестинация България и Израел, както и да се предложи модел за по-нататъшното ѝ развитие

посредством формулиране на конкретна стратегическа цел и предприемане на действия за подобряване на съществуващото присъствие като вече изграден образ.

Дефинирана по този начин целта характеризира адекватно конкретната предметно определена насоченост на изследователския процес и неговата реализация. Нейното изпълнение може да се постигне чрез решаване на следните **изследователски задачи**:

1. Идентифициране на основните характеристики на спортния туризъм и определяне на тяхното **специфично проявление** в изследваните дестинации;
2. Предлагане на система от критерии, показатели и методи за анализ, измерване и оценка на ефективността на туристическата реклама;
3. Установяване и измерване на взаимовръзките между отделните критерии и показатели за ефективност;
4. Разработване на практически приложим модел от балансирани стратегически цели и конкретни действия, насочени към подобряване състоянието на спортния туризъм.

Определени по този начин задачите отразяват сравнително добре основните аспекти на изследването, чието осъществяване позволява да се изпълни поставената цел в дисертационния труд, респ. да се потвърди застъпената от автора теза.

## **2.5. Оценка на методическия инструментариум.**

За постигане на поставената цел и изпълнение на произтичащите от нея задачи докторантът е приложил метода на онлайн анкетирането посредством предварително изготвени мейлинг листи, което е осъществено посредством ползването на петстепенна скала на Ликърт, а така също и методите за статистическа обработка на данните, метода на корелационния анализ с използването на коефициента на Спирмън.

Може да се приеме, че приложеният от докторанта **методически инструментариум** е подходящ за особеностите на обекта и предмета на изследване, и което е особено важно съответства на равнището на развитие на съвременната методология и на нейната приложимост в областта на рекламата на спортния туризъм.

## **2.6. Оценка на осведомеността на докторанта.**

От **подбора** на литературните източници и **начина на боравене** с тях проличава **добрата осведоменост** на докторанта по проблемите, свързани с ефективността на туристическата реклама в спортния туризъм. В дисертационния труд той **съчетава по нов начин** идеи и информация, усъвършенства по-рано открито познание в тази област, разкрива непознати и полезни характеристики на изследваните обекти, **поставя под съмнение** съвършенството на знанието, **идентифицира** проблемите и дефинира алтернативи за тяхното решение.

Използваните от докторанта източници на информация включват 171 заглавия на специализирана литература от български и чужди автори. Посочената литература е дадена под черта и същевременно е изнесена в края на труда в отделен списък. В него преобладават публикациите от последните петнадесет години и по-конкретно тези от тях, които са отпечатани след 2000 г.

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

В дисертационния труд са направени **задълбочени проучвания** по широк кръг въпроси от теоретично и методологическо естество. Постигнатите резултати се отнасят за особеностите на спортния туризъм и прилаганата при него реклама, методология на

изследване и повишаване на ефективността. Извършен е изчерпателен **обзор на специализираната литература**, която има отношение по тези въпроси. Цитирани са автори като Стандевен и Де Ноп, Хинг и Хигхман, Смит, Уанд, Мак Пърсън, Хал, Уийди Бул и др. Проследено е **развитието на спортния туризъм** от Олимпийските игри през 776 г. до световните изложения на дестинациите за спортен туризъм в наши дни. Направен е сполучлив опит да се разграничат туристите според техните интереси към спорта. На тази основа те са **групирани** и са изследвани видовете спортен туризъм, за да се стигне до неговата **типологизация** по различни признаци. Интерес представляват разсъжденията на автора за **събитийния спортен туризъм** и направената в тази връзка категоризация на събитията. Засиленото внимание към тези събития е станало причина авторът да отдели внимание и на **заинтересованите страни** от тяхното провеждане. Интересът към тях се обяснява с обстоятелството, че огромните инвестирани средства в инфраструктура и мащабни модерни спортни съоръжения и атракции се връщат многократно не само от получените по време на провеждането на събитието приходи от посетители туристи, но и от дълготрайните ползи от подобрения туристически имидж на страната – домакин, популяризиране на нейните културни забележителности и ускореното ѝ развитие като цяло след проведеното спортно събитие.

В **отделна глава** на дисертационния труд са намерили място въпросите, свързани с **рекламната политика на туристическото предприятие в спортния туризъм**. Акцентът е поставен върху рекламните **концепции** за образа на марката и брандинга. Авторът си дава сметка, че за добрия и успешен маркетинг на една туристическа услуга или дестинация е необходимо да се изгради силен имидж с подходящ брандинг, който да наблегне върху положителните и отличителните качества на услугата или дестинацията. В този смисъл силната маркетингова **стратегия** би генерирала повече туристи, които да допринесат за положителното икономическо развитие на услугата или дестинацията. Независимо от това каква стратегия ще използваме тя включва в себе си някакъв **вид реклама**. Това именно е дало основание на докторанта да разгледа основните **класификации** на различни форми и начини за рекламиране на туризма. Рекламирането на продукта обаче, освен всичко друго, е и дейност, която трябва да се **планира и организира**, а това означава да се обхванат всички дейности от бюджетирането до анализа на резултатите от рекламата.

В **друга глава** на дисертационния труд са разгледани методологическите въпроси на **моделирането и оценката на туристическата реклама**. Авторът изследва различни модели за разработване на сценарии за туристическата реклама, предназначени за осигуряване на очаквания ефект от рекламата. Във връзка с това са разгледани моделите АИДА, ДАГМАР и йерархичния модел Лавидж и Стейнер. Последователно са изследвани етапите и сценариите за разработване на моделите за туристическа реклама. Специално внимание е отделено на критериите и показателите за анализ и оценка на рекламните модели. Докторантът разглежда различни аспекти на тази тематика, като засяга въпросите за кумулативния ефект, стратегиите за проследяване ефективността на рекламата, мониторинга на данните на продажбите, интернет проследяването на рекламата и др. Проучени са различни критериални системи и на тази основа е разработен набор от критерии за оценка на ефективността на туристическата реклама. Те са използвани в разгледаните от автора методи за анализ и оценка на моделите за туристическа реклама. Тук няма да изброяваме, разбира се, всички известни и общоприети логически правила за реализиране на оценката, още повече пък да анализираме всяко едно от тях подробно. За нуждите на оценката докторантът е разгледал диференцирания, комплексния и комбиниран метод за оценка, параметъра на значимост и алгоритъма за комплексна оценка.

Последната, четвърта глава на дисертационния труд засяга въпросите, **свързани с осигуряването на условия за повишаване ефективността на туристическата реклама**. В нея са намерили място резултатите от анализа и оценката на ефективността на моделите

за туристическа реклама в спортния туризъм. Проучването е осъществено посредством набирането на първична информация чрез провеждане на **паралелно анкетно проучване в България и Израел**. Анкетата е разпространена в по-големите градове на двете държави като са използвани различни канали за тази цел. Оценката на ефективността е извършена спрямо 15 критерия, като те се съдържат в 22 въпроса от специално подготвена за тази цел анкета. Основната цел на изследването е да се установи до каква степен рекламата на спортния туризъм и самия спортен туризъм са **интегрирани и разпознаваеми**. На основата на резултатите от оценката на ефективността на спортния туризъм са направени съответните изводи и е разработен **Мастър план** за действие и коригиране, подсилване и поддържане на туристическата реклама в България.

#### **4. Оценка на научните и научно-приложните приноси.**

Въз основа на анализа, синтеза и оценката на нови идеи за моделирането на ефективността на туристическата реклама в спортния туризъм докторантът предефинира, а в редица случаи и разширява съществуващите знания, насочвайки се към изследването на проблеми, чието решаване води до **резултати, които представляват принос в науката**. Конкретизирани тези приноси са както следва:

1. Открити са **особеностите на спортния туризъм** и в рамките на неговата класификация е извършена **типологизация**, като са определени **заинтересованите страни** от неговото развитие;
2. Актуализирана е **рекламната концепция** на изключителното предложение за продажба на образа на марката и брандинга;
3. Извършено е структуриране на процесите и на тази основа е операционализирано **планирането и организацията** на рекламната дейност в спортния туризъм;
4. Разработена е система от **критерии и показатели** за анализ и оценка на моделите на туристическата реклама;
5. Допълнени и адаптирани към специфичните условия са **методите** за анализ и оценка на туристическата реклама в спортния туризъм;
6. Извършен е анализ и оценка на ефективността на моделите за туристическата реклама на спортния туризъм в България и Израел;
7. Разработен е **Модел и Мастър план** на спортния туризъм в България.

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

По вид и брой представените публикации съответстват на обявените в автореферата. Става въпрос за пет доклада в съавторство от научни конференции, три от които са на английски език. Те са публикувани в сборници от доклади и са отпечатани в университетски издателства. При това два от посочените доклади са **публикувани от престижни университети в чужбина**.

**Посочените публикации отразяват част от реалните достижения на докторанта** и са достатъчно представителни, за да ги огласят пред академичната общност и заинтересованите делови кръгове от практиката.

#### **6. Оценка на автореферата.**

**Авторефератът** е изготвен в обем от 58 страници печатан текст и се вписва в предвидения за тази цел обем. Той е съставен от обща характеристика, структура и съдържание, кратко изложение на труда, справка за приносите и списък на публикациите. В него докторантът акцентира върху **дефинитивната страна на дисертационния труд**,

възприемана като система с относително малка информационна натовареност. При него моделирането на ефективността на туристическата реклама в спортния туризъм се възприема като **комплексен проблем**, за решаването на който се прилагат критерии, показатели и методи, формиращи общия изследователски апарат.

## 7. Критични бележки.

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

1. Добре би било типологизацията на спортния туризъм (с. 29 - 38) да се прецизира, като се въведе класификационен признак „участие на туриста в спортното събитие“. И в двата случая имаме събитие, обаче в първия случай туристът участва в него, а във втория го наблюдава. По този начин ще се отстрани и създадения дисбаланс между активния спортен туризъм и пасивния спортен туризъм в 224 реда компютърно набран текст.

2. Изложението в дисертационния труд би се възприело по-добре, ако засягането на нови въпроси в текста се предхожда с някаква, макар и кратка обосновка, а не да се откроява директно като подзаглавие. Такива са случаите с брандинга (с. 64), интернет проследяването на рекламата (с. 110) и др.

3. На отделни места в дисертационния труд е допуснат дидактически уклон, изразяващ се в изброяване на термини (с. 84), дейности (с. 88), показатели (с. 109) и др.

4. Дисертационният труд би се подобрил, ако помощния апарат, включващ графики и таблици (с. 132 – 163) от глава четвърта беше даден в приложение.

Посочените критични бележки не намаляват значимостта на изтъкнатите вече научни и научно-приложни приноси. Предметно-съдържателния анализ показва, че дисертационният труд притежава достоинства на задълбочено научно изследване с определена практическа насоченост. В него са обхванати всички по-съществени страни на моделиране на ефективността на туристическата реклама в спортния туризъм. Направените от докторанта констатации, изводи и препоръки са резултат на **задълбочена продуктивна изследователска дейност с определена практическа насоченост**, в която и чрез която са възпроизведени достигнати научни резултати за решаване на конкретни познавателни и практически задачи.

## Заклучение

Цялостната ми оценка на труда базирана на значимостта на избраната тема, неговата **структура, съдържание и теоретични обобщения** ми дава основание да приема, че в него се съдържат предвидените в чл. 27 (1) от ППЗРАСРБ научно приложни резултати с характер на принос в науката и показва, че докторантът има задълбочени теоретични знания в областта на алтернативните форми на туризъм и по-конкретно в спортния туризъм в контекста на моделирането на ефективността на рекламната в този вид туризъм. Нещо повече, дори и беглия преглед на дисертационния труд затвърждава убеждението, че кандидатът притежава способност за самостоятелни научни изследвания. Това са и съображенията ми да препоръчам на уважаемите членове на научното жури да вземат решение за присъждане на образователната и научна степен „**доктор**“ на **Диана Цветкова Далева**.

София,  
17.01.2017 г.

Рецензент:  
(проф. д-р М. Рибов)