

СТАНОВИЩЕ

От: **доц. д-р Мариана Кирилова Янева**
Катедра „Икономика на туризма”
Факултет „Икономика на инфраструктурата”
Университет за национално и световно стопанство
Научна специалност: „Икономика и управление” (Туризм)

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор” професионално направление 3.9. Туризм, научна специалност „Икономика и управление на туризма”.

Автор на дисертационния труд: **Диана Цветанова Далева**
Тема на дисертационния труд: **„МОДЕЛИРАНЕ НА ЕФЕКТИВНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКАТА РЕКЛАМА В СПОРТНИЯ ТУРИЗМ ”**

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 3378/19.12.2016г. на Ректора на ЮЗУ ”Неофит Рилски”-Благоевград

1. Информация за докторанта

Докторантката се е обучавала по докторска програма към ЮЗУ „Неофит Рилски”, по научна специалност 3.9. Туризм, съгласно решение с протокол № 23/29.01.2014 г. и заповед на №213/04.02.2014 г. на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски”. Обучението е осъществено в *редовна* форма.

2. Обща характеристика и анализ на представения дисертационен труд

Актуалността на изследваната проблематика е обусловена от обществения интерес и необходимост не само към спортния туризъм като

вид специализиран туризъм, но и от стремежа за постигане на по-висока ефективност при рекламирането на туристическите дестинации. Рекламната стратегия е един от основните фактори за повишаване на резултатите от маркетинговата дейност на туристическите предприятия.

Значимостта на темата е свързана с усъвършенстване на подобен тип специализиран туризъм, изградена чрез този актуален и сравнително нов за туризма в България продукт. Интердисциплинарният характер на проблематиката касаещ туризма и спорта се явява предизвикателство в научните и практико-приложни разработки.

Целта, поставена от докторанта, е добре формулирана и обвързана с останалите логически елементи на изследването, като се поставя акцент върху прилагането на рекламата с цел повишаване разпознаваемостта на дестинациите за спортен туризъм.

Поставените **задачите** са обвързани с целта, но не всички са добре изведени и аргументирани.

По отношение на изведените, липсва задача, която да кореспондира с изложението във *втора глава*. Рекламните концепции, видовете реклама, планирането и организацията на рекламните дейности, които са в основата на главата не са поставени като задача в научното изследване и в този контекст се губи ползата от възможността да се обоснове и доразвие предложеният от докторантката модел на планиране за рекламна кампания конкретно за нуждите на спортните събития (точка трета на втора глава). Прави впечатление, че изложението в *трета глава* не кореспондира или не е свързано със спецификата на спортния туризъм/спортните събития, за да бъде полезно като приложение за развитие на този вид туризъм и респективно на туристическите дестинации, които биха го ползвали. *Моделите на туристическата реклама са общовалидни и не са приведени примери за дестинациите развиващи този специализиран вид туризъм.*

По отношение на четвъртата поставена задача - да се създаде практически приложим модел от балансиран стратегически цели и конкретни действия, насочени към подобряване състоянието на спортния туризъм в България, не можем да отчетем резултат, т.к. няма ясно идентифициране на наличните туристически пазари свързани със спортния туризъм, както и позициониране на продуктите на спортния туризъм в посочените дестинации.

Считам, че обектът на изследване е правилно подбран. **Обект** е спортният туризъм като специфичен вид алтернативен туризъм. **Предмет** е туристическата реклама на спортния туризъм. По мое мнение според

направеното изложение, предмет е ефективното маркетингово управление на рекламата.

Спорен е въпросът относно хипотезата, че България и Израел могат да изграждат и поддържат образ като туристически дестинации със спортна насоченост. В труда не са проучени и аргументирани значими спортни събития в изследваните дестинации, които да могат да бъдат генератори на туристопотоци, както и заинтересоваността на макро и мезо равнище на управляващите органи за развитието на този тип туризъм. Дори в новото туристическо райониране на България няма изразени райони, които да имат този тип потенциал. Може би докторантката е било необходимо в изложението да посочи повече доказателства за това. Или поне да даде примери от гледна точка на стратегията на развитие на туризма или други документи, или събития, които да свидетелстват за това. По мое мнение е необходимо да се изследват подобни градове в Европа, в които има ежегодни значими спортни събития и на тази основа да се прави проучване и анализ за възможностите за развитие и рекламиране на този вид туризъм.

Моделът на стр.43 (Фигура 1.2. Модел на взаимодействие между заинтересованите страни от развитието на спортния туризъм) е идентичен с този на стр.167. (Фигура 1.2. Модел на взаимодействие между заинтересованите страни от развитието на спортния туризъм), като дори номерацията се дублира.

Тезата, че изграждането и поддържането на ефективна туристическа реклама води до повишаване разпознаваемостта на дестинациите за спортен туризъм, е доказана от докторанта в изложението, и по-конкретно в последната глава на труда.

Обемът е от 206 стандартни страници, структуриран в увод, четири глави, заключение, използвана литература и приложения. Основният текст на дисертацията е в обем от 171 стр., а библиографската справка е 15 стр., като 22 от информационните източници са на кирилица, 137 на латиница и 12 интернет източника.

Докторантката се позовава на различни литературни източници, използвани коректно в дисертационния труд.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Авторът е подбрал адекватно изследователските инструменти, приложил ги е коректно и добросъвестно. Изследването на ефективността на туристическата реклама в спортния туризъм се базира на прилагането на съответната съвкупност от подходи и методи. Използвани са анкетни карти с открити и закрити въпроси с прилагане на петстепенната скала на Ликърт, а също така и метода на корелационния анализ с коефициента на Спирмън.

В резултат на проведените изследвания, както и приложените и адаптирани вторични проучвания от специализирани печатни и електронни издания в областта на спортния туризъм и рекламата, използвани и данни от националните статистически агенции на България и Израел, докторантката е успяла да постигне поставената цел и да докаже заложената теза. Проучванията в дисертацията са свързани с оценка на ефективността на туристическата реклама. Научните резултати са свързани с анализа и оценката на ефективността на моделите за туристическа реклама, но няма специфични препратки относно активния спортен туризъм или посещенията на спортни събития. Практическите резултати са свързани с разработване на Модел и Мастър план на спортния туризъм в България.

В първа глава и първа точка правилно е поставен акцента върху активните и пасивните туристи от гледна точка на икономиката на изживяванията и на икономиката на развлеченията. Този акцент би бил полезен, ако служеше за основа на изследване на потенциала за развитие на спортен туризъм в България, както и за прилаганата рекламна политика и стратегия.

Правилно се отчита фактът, че събитийният спортен туризъм генерира пряк икономически ефект в дестинациите, които го организират, а също и осигурява добра възможност за туроператорите по цял свят. Подобна теза би била доста по-дисертабилна и даваща възможност за извеждане на полезен ефект за дестинациите развиващи спортни събития.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Приносите на дисертационния труд са преди всичко научно-приложни. Те са свързани донякъде с поставените задачи от докторанта в увода на труда и респективно са изпълнени в изложението, но по наше мнение не са изведени прецизно в автореферата според направените анализи и обобщения.

Предлагаме като по-значими следните:

- Изведен е модел на „Заинтересованите страни от развитието на спортния туризъм“;
- Обобщени са критерии и показатели за оценка на моделите на туристическа реклама, методите за анализ, както и взаимовръзките между отделните критерии и показатели за ефективност;
- Предложен е модел от балансиран стратегически цели и конкретни действия насочени към подобряване на ефективността на туристическата реклама.

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

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Научните публикации на докторанта са общо 5 - 4 доклада и участие в една колективна монография, свързани с темата на дисертационния труд. По-голяма част от публикациите (четири от тях) съответстват на темата на труда и са публикувани в туристически сборници.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът дава достатъчно добра представа за целите, обекта, предмета, съдържанието и резултатите от изследването. Отразява коректно обхвата на изследването. Съществуват известни стилистични и езикови пропуски, при отстраняването на които би се подобрил общият вид на автореферата.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Основната критична бележка е свързана с констатацията, че проблематиката в първа глава е слабо обвързана и приложена в останалите втора, трета и четвърта глави. Липсва аргументация и взаимовръзки между отделните части, както и изразени авторски позиции.

Считам, че докторантът притежава възможности да разшири публикационната си дейност, както в областта на дисертационния труд, така и в други области.

Препоръки:

Да задълбочи теоретичните и практични изследвания в областта на спортния туризъм и възможностите му за развитието в дестинациите.

8. Заключение

Дисертационният труд съдържа научни и научно-приложни резултати, които представляват принос в науката и практиката. Написан на добър стил, трудът показва, че докторантът притежава необходимите теоретични познания в областта на рекламата и туризма.

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“** професионално направление 3.9. Туризм, научна специалност „Икономика и управление на туризма” на **Диана Цветанова Далева**.

20.01.2017 г.
София

Подпис:
/доц. д-р М. Янева/