

РЕЦЕНЗИЯ

От: **доц. д-р Мариана Кирилова Янева**
Университет за национално и световно стопанство
Научна специалност „Икономика и управление“ /Туризм/

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по професионално направление 3.9 Туризм.

Научна специалност „Икономика и управление на туризма”.

Област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки.

Автор на дисертационния труд: **ВЕНЦИСЛАВА ГЕОРГИЕВА СТЕФАНОВА**

Тема на дисертационния труд:

Процесният подход в дейността на туристическата агенция при създаване и управление на изживявания

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 166 / 04.02.2019 г. на Ректора на ЮЗУ ”Неофит Рилски” - Благоевград

1. Информация за докторанта

Венцислава Георгиева Стефанова е редовен докторант към Катедра „Туризм” на Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски”. Родена е през 1991 г.. Средното си образование придобива в Природо-математическа гимназия “Акад. проф. д-р Асен Златаров”, гр. Ботевград с разширено изучаване на английски и немски език.

Има бакалавърска степен по “Туризм” от ЮЗУ „Неофит Рилски“, гр. Благоевград. В същото висше училище се обучава и в магистърската програма по “Международен туризм”.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представеният за обсъждане дисертационен труд е с обем от 211 стандартни страници, компютърно набран текст, като от тях 33 страници са приложения. В структурно отношение се състои от въведение, три глави, заключение и девет приложения. Така представената разработка като структура отговаря на изискванията за композиционно и съразмерно разположение на отделните глави.

Библиографският апарат на работата е представен на 10 страници в края на разработката и включва както следва: 134 информационни

източника, от които 10 на кирилица, 111 на латиница и 13 интернет източника.

Актуалността на темата за туристическата индустрия се обуславя от редица фактори, между които необходимостта от стандартизиране на процеси и продукти в областта на туризма, чрез внедряване на процесния подход, непрекъснатите промени в бизнес средата и потребителските изисквания, усъвършенстване на предлаганите продукти и услуги, синхронизиране на предлагането в рамките на европейския пазар и други.

Глобалните промени в икономически развитите страни налагат да се обърне сериозно внимание на развитието на туроператорската и агентската дейност и пряко обвързаните с тях организационно-технически въпроси. Нарастващите изисквания на потребителите към предлаганите продукти и услуги са в основата при развитието и предлагането на нови и иновативни продукти и услуги.

Поставените в труда основните предизвикателства, пред които са изправени туроператорите и туристическите агенции в България са добре аргументирани. Особен интерес и акцент е поставен върху въвеждането на съвременни технологии и методи на обслужване на потребителите, индивидуален подход към всеки един от тях и грижа за интересите и предпочитанията им от момента на резервация до периода, след приключване на пътуването, както и към въвеждането на открита и ясно изразена политика на управление и осъществяване на туристическите пътувания от страна на туристическата агенция.

Поставената **цел** кореспондира коректно с подробно изложените и обосновани в уводната част обект и предмет на изследване. Целта заложена в дисертационния труд е да се анализира процесният подход в дейността на туристическата агенция, с който се създават и управляват изживяванията на туристите. Да се определят ползите от създаването и управлението на изживявания и да се дадат препоръки за подобряването на практиките и методите при процеса на създаване и управление на изживявания. Докторантът извежда ясно ограниченията по отношение обекта на изследване. Определени са и изследователските задачи във въведението, които кореспондират с приносите получени в резултат на теоретичните анализи и емпиричното проучване.

Основните задачи се свеждат до: Представяне на теоретичните аспекти в концепцията на потребителското изживяване в туризма и процесния подход; Установяване на методологическите основи на моделирането на туристически изживявания посредством процесния поход;

Концептуализиране на рамка за създаване и управление на туристическите изживявания (базирайки се на конкретна туристическа агенция), както и на извеждане на насоки за дейността на туристическата

агенция във връзка със създаване и управление на туристически изживявания.

Основната **теза** на дисертационния труд е много добре формулирана и логически издържана. Докторантът защитава и доказва факта, че посредством използването на процесен подход от туристическата агенция може да се постигне цялостно обхващане на нагласите на потребителите при осъществяване на туристическо пътуване и да се изгради единна система на работния процес за подобряване на качеството на обслужване.

В труда, **обект** на изследване е дейността на туристическата агенция при създаването и управлението на туристически изживявания. **Предмет** на изследването е процесният подход, заложен в дейността на туристическата агенция при създаването и управлението на туристически изживявания.

Приложени са процесният подход, както и **методи** на наблюдение, синтез и абстракция, анкетиране за изследване на туристическото изживяване. Те се подчиняват на определена методология, осигуряваща система от правила и норми, структуриращи логическата им последователност, насочена към постигането на ефективно и практически приложимо знание за процесния подход в дейността на туристическата агенция при създаване и управление на изживяване. Методите на синтеза и абстракцията са насочени към формулирането на понятийния апарат на изследването, на проблемите при създаването и управлението на изживявания, които се поставят за разрешаване, както и на предлаганите решения. За получаване на необходимата емпирична информация е приложен методът на анкетиране и обработка на информацията. Основното средство за анкетното проучване е въпросник, съдържащ конкретни детайлизирани характеристики, измерващи удовлетвореността на изживяванията на туристите, ползващи услугите на конкретна туристическа агенция. Като въз основа на обработените **резултати** се предлага основата на концептуална рамка за създаване и управление на туристическите изживявания в дейността на туристическата агенция. Включени са допълнителни анализи и проучвания от различни източници на конкретни дестинации и мнения на потребителите. Тези анализи са допълнени от наблюдения и опит, които имат приложен принос към дисертацията и доказват обобщените изводи.

Авторът показва добро познаване на проблематиката, използвайки голям брой специализирана и научна литература, с която борави на академично ниво. Използваните **източници** са коректно цитирани.

В **първата глава** на разработката се изяснява теоретичната същност на туризма и изживяванията на туристите. В концепцията за потребителските изживявания в туризма се разглеждат тенденциите, термините и тълкувателните рамки на концепцията, които се извеждат от

три перспективи – организационна, социологическа и психологическа. Организационната перспектива се свързва с потребителят, с маркетингът, и с ценностите. Социологическата се свързва с начина на живот. А психологическата се идентифицира с изживяването около личните чувства, спомени, съзнание и поведение.

Обръща се внимание на ролята на туристическото изживяване в сферата на туризма. Разграничени са понятията туристическо изживяване и туристическо преживяване. Докторанта се обосновава, че „изживяването в туризма“ се отнася по-скоро до организационна гледна точка, а „туристическото преживяване“ се отнася до потребителската перспектива.

Считам, че в тази посока може да се поднесе и друга алтернатива, а именно, че изживяването се свързва с активността по време на ползване на туристическия продукт, а преживяването е пасивната страна и по-конкретно е свързано с развлеченията в туризма.

При дефиниране на понятието от авторката се акцентира върху индивидуалния характер за всеки потребител и възможността туристическата агенция да създава и управлява процеса. В тази част на труда се отделя място и на ролята на туристическото изживяване в работния процес на туристическите агенции. Отзивите на потребителите на пакетен продукт са свързани с изживяването по повод цялостната оценка на пътуването, което може да се измери чрез степента им на удовлетвореност и неудовлетвореност. Въздействащите фактори върху потребителските изживявания включват физически елементи на изживяване, елементи на човешко взаимодействие и индивидуални характеристики, както и ситуационни фактори.

Въз основа на проучените източници се представя синтез в табличен вид, който може да се използва като аналитична рамка в контекста на процесния подход в дейността на туристическа агенция при създаването и управлението на изживяване (стр.46). В тази посока, считам че има какво още да се постигне от докторанта при последващи научни разработки.

При описване на концептуалната рамка на перспективата за мениджмънта целенасочен към изживяване, интерес представляват изведените от докторанта следните три пункта, а именно, че перспективите ориентирани към изживявания се демонстрират чрез инвестиции и маркетингови дейности, създаването на митове и истории осигурява постоянна основа за успешно изживяване, както и че спрямо дестинацията, се насърчава местното население активно да участва в процеса на създаване на изживяване. Като обобщение в първата глава на труда се прави извода, че всяка една туристическа агенция е необходимо да се стреми да направи дадена почивка или екскурзия незабравимо изживяване за своите потребители.

Във **втората глава** се представят методологическите въпроси при създаване и управление на изживяванията в дейността на туристическите

агенции. Оценката на туристическото изживяване най-често се извършва с мерки за качество на обслужване, удовлетвореност на потребителите и създаването на ценност за туристите. Тези понятия се изследват и дефинират от различни автори в туристическата литература, като концептуалното изследване на изживяването започва с анализ качеството на услугата и преминава с оценка на удовлетворението.

Докторанта разглежда процеса на моделиране на туристическите изживявания чрез процесния подход, приложен в дейността на туристическата агенция. От общо-теоретична и методологична гледна точка моделирането се извежда като метод на научното познание и с негова помощ се разработва технология за решаване на приложни задачи.

Доказва се, че дейностите в процесно ориентираните туристически агенции са фокусирани върху принципите за организираност и съвкупност, като спазването на принципа за организираност означава, че туристическата агенция има утвърден проект за процесите, които изпълнява. На тази основа се разработва алгоритъм на работния процес, който има за цел да съчетае изпълнението на различните дейности при пакетизирането и реализирането на туристическото пътуване, като след оценяване на резултатите от пътуването се прави анализ за конкурентоспособността на продукта и се подпомага процесът на управление на изживяването за туристите.

В дисертационния труд се предлага много адекватна концептуална рамка за туристическо изживяване, от гледна точка на на поставената цел в труда, която е адаптирана към избрана туристическа агенция - ТА Бохемия. Тя включва мотивите за пътуване, вътрешните и външни фактори на въздействие, личностните, както и факторите за оценка на самото изживяване, от които произтича удовлетвореността или неудовлетвореността, а от тук и лоялността на клиентите или отказа им да ползват услугите ѝ за последващи пътувания.

Анализът и оценката на туристическите изживявания се изготвят, за да се установят подходите и посоките на промяна на тяхното създаване и управление в туристическата агенция. Осигуряването им става при използване на количествени и качествени методики.

В дисертационния труд се прилага анкетния метод с цел оценка от респондентите. Използвани са данни от анкетно проучване на удовлетвореността от проведено пакетно пътуване сред потребителите на туристическа агенция Бохемия. Изводите и препоръките от анализирането на процесния подход при създаването и управлението на изживявания в туристическата агенция са приложими за процесния подход в дейността и на всички останали туристически агенции в България. Оценена е конкретна туристическа програма свързана с посещение на Виена в конкретен пиков период. От достигнатите резултати се обобщават изводи за удовлетвореността от туристическото пътуване. За да се оцени

удовлетвореността на потребителите се прилага моделът на Кано, който е адаптиран към анализиранияте анкетни карти на ТА Бохемия. По този начин се установяват пропуски и неточности при предложената концептуална рамка, което обуславя коригирането ѝ.

Интерес представлява **последната глава**, в която се представя модела относно приложните въпроси в дейността на туристическата агенция при създаване и управление на изживявания. Авторът разработва нова прецизирана концептуална рамка за оценяване на туристическото изживяване. Със създаването на нова по-съкратена концептуална рамка се улеснява анализа на туристическото изживяване и достигането до по-конкретни и точни изводи за удовлетвореността и неудовлетвореността на пътувалите по двете туристически програми, което довежда до по-доброто управление на процесите по създаване на изживяването при пакетизиране на програмата, както и при реализирането ѝ.

Съставя се прецизирана анкетна карта за оценка на изживяванията на туристите и тяхната удовлетвореност, която да се прилага при последващи програми осъществявани от туристическата агенция.

От гледна точка на научна прецизност би било по-целесъобразно подобна анкетна карта да бъде поставена в приложенията на дисертационния труд, а в текста да се наменуват критериите и показателите по анкетата.

В последния параграф на труда са направени изводи и препоръки към дейността на туристическата агенция за процеса на създаване и управление на туристическото изживяване с цел туристическите агенции да проследят своя работен процес и да оценяват конкурентоспособността си.

Приложенията допълнително потвърждават значителната работа, която докторантът е извършил при разработването на дисертационния труд.

Трудът е написан на **много добър език и стил**, прецизен е по отношение на терминологията.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати и приноси

Вземайки под внимание постигнатите резултати от докторанта в отделните глави и съвременното равнище на научното познание в областта на маркетинга на изживяванията в туризма и управлението на процесите в туристическите агенции, могат да се отбележат следните теоретични и научно-приложни приноси:

- Обогатено е научното познание в областта на туроператорската и агентска дейност по отношение на създаването и управлението на туристически изживявания;

- Предложени са насоки и модели за усъвършенстване на предлаганите продукти и услуги от страна на туристическите агенции;
- Разработена е методика за анализ и оценка на туристическите изживявания в техния работен процес.

Постигнатите от докторанта теоретични и практико-приложни приноси могат да бъдат определени като оригинално развитие и решение по управлението на дейностите в туристическата агенция по повод на разработване и провеждане на програми свързани с оценка на изживяванията за туристите, както и за формиране на лоялност, и не на последно място и за повишаване на конкурентоспособността на продуктите и програмите им.

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

4. Оценка на публикациите по дисертацията

Научните публикации на докторанта са общо 6. Участие в две колективни монографии и публикуване на четири научни доклада, свързани с темата на дисертационния труд.

5. Оценка на автореферата

Авторефератът дава синтезирана и добра представа за целите, обекта, предмета, съдържанието и резултатите от изследването. Представен е компактно, като ясно и последователно са изведени основните аспекти на дисертационния труд. Отразява коректно обхвата на изследването. Текста в него е онагледен и обоснован с таблици и фигури, основно по концептуалния модел на изследването.

6. Критични бележки, препоръки и въпроси

В дисертационния труд се установяват и някои не толкова съществени пропуски, които ми дават основание да дам следните *критични бележки*:

1. При разработването на критериите за оценка на програмата, свързани с въпросите в анкетата не се залагат специфични показатели /характеристики/ кореспондиращи с оценката на изживяванията според теоретичните концепции проучени в първа и втора глава на труда, свързани с моделирането на туристическото изживяване. Като например, въз основа на Концептуалната рамка на ориентирания към изживявания мениджмънт (Адаптирана по Prebensen и Foss (2011)), стр. 46 или съответно по фиг.9, стр. 78:

- потребителите участват ли в процеса на съвместното създаване на изживявания;

- местното население включва ли се да участва в просеца на създаване на изживяване;
- водача на туристическата група /респективно екскурзовода/ прилага ли метафорите на драмата и разказите на отделните истории по време на екскурзоводските беседи;
- разказва ли екскурзовода по време на пътуването митове и истории, които осигуряват постоянна основа за успешно изживяване на туристите и други.

Липсата на подобна детайлизация в проучването на туристите. Докторанта се основава само на стандартните въпроси свързани с удовлетвореността. По този начин се губи връзката и смисъла на заложената в първа и втора глава идея свързана с идентифициране, оценка и управление на изживяванията в процеса на подготовката и провеждането на туристическото пътуване.

В тази връзка, в теоретичната част основно се акцентира върху спецификата на изживяванията. Докато в приложната част на труда, не се разработват процесите и подходите свързани с управлението на изживяванията на туристите по време на туристическото пътуване, както и изживяванията предоставяни от доставчиците, които са основни участници във веригата на пакетния продукт на туроператора, а се оценяват стандартните процеси при реализиране на туристическата програма.

Въпроси:

1. Съществува ли специфика при стандартизиране на дейностите свързани с формиране на изживявания при пакетиране на туристическа програма в маркетинговия отдел на туристическата агенция?

2. Процесите по управление на изживяванията могат ли да се унифицират за всеки идентичен пакетен продукт?

7. Заключение

Детайлното ми запознаване с рецензирания дисертационен труд показва, че кандидатът притежава познания в областта на маркетинга на изживяванията, както и по организацията и управлението на дейността на туристическата агенция и е в състояние да прави самостоятелни научни изследвания. Цялостната ми оценка на труда, базирана на неговата актуалност, структура и съдържание ми дава основание да приема, че в него се съдържат конкретни научно-приложни резултати. Във връзка с това предлагам на уважаемите членове на Научното жури да вземат решение **ВЕНЦИСЛАВА ГЕОРГИЕВА СТЕФАНОВА** да придобие образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност **„Икономика и управление на туризма“**.

05.03.2019 г.

Подпис:

Доц. д-р Мариана Янева