

РЕЦЕНЗИЯ

от доц. д-р Преслав Димитров, ръководител на Катедра „Туризм“ и Декан на
Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“
на дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен
“доктор” по докторска програма „Икономика и управление на туризма“ в ПН 3.9
„Туризм“ на тема (на английски език):
*The role of local and traditional cuisine as a destination branding tool towards the raise of
national competitiveness* (Ролята на местната традиционна кухня като брандинг
инструмент за повишаване на националната конкурентоспособност) с автор:
Калиопи Дрогала, докторант в свободна форма на подготовка към Катедра
„Туризм“ на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски” – Благоевград и
Научен ръководител: доц. д-р Мария Станкова

Настоящата рецензия е изготвена за целите на процедурата по публична защита на дисертационния труд и съответства на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за неговото прилагане, ЗВО, както и действащите вътрешни правила на ЮЗУ „Неофит Рилски” – Благоевград; научното жури е определено със Заповед на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски” № 1031 от 04.06.2019 г.

Настоящата рецензия включва кратко представяне на докторанта, обосновка на актуалността и представяне на съдържанието на дисертационния труд, приносите и критични бележки по него, както и отразява спецификата на направените от докторанта публикации и автореферат.

I. Кратки биографични данни за кандидата

Калиопи Дрогала е родена през 1987 г. в гр. Серес, Република Гърция. Бакалавърската си степен по Икономика, със специализация по Бизнес мениджмънт е завършила през септември 2010 г. в Университета „Аристотел“, във Факултета по право, икономика и политика, гр. Солун, Гърция. Магистърска степен по Управление на международно хотелиерство и туризъм е придобила в Университета Стратклайд, гр. Глазгоу, Шотландия. Освен гръцки език, К. Дрогала владее на отлично ниво английски

и френски език, както и използва испански, италиански и руски език. Има познания и умения в приложението на софтуерни програмни продукти като OPERA и Micros, както и за боравенето със статистическото приложение SPSS. Работила е в сферата на индустрията на гостоприемството – в ресторантьорството като обслужващ персонал, в хотелиерството като агент „Връзки с клиентите“, както и като маркетингов консултант. От 2015 г. е докторант към Катедра „Туризм“ на Стопанския факултет. Обучава се на английски език в свободна форма на подготовка.

II. Обосновка на актуалността и представяне на съдържанието на дисертационния труд

Представеният по процедурата за публична защита дисертационен труд на Калиопи Дрогала се състои от въведение, три глави, заключение, използвана литература и приложения. В началото, непосредствено след съдържанието са включени списъци на фигурите и таблиците. Съдържателната част на труда е с обем от 230 страници компютърно набран текст, от които 200 страници са основен текст; на 16 страници е представена библиографската справка, в която литературните източници на латиница са 204; използвани са също 34 интернет източника. Преобладаващият брой информационни източници на латиница (основно на английски език) в общия брой на библиографските източници, отразява спецификата на обучението, което е на английски език. Посочените публикации са от периода на последните десет години. Налични са и по-ранни източници, използвани, поради всеобщата им значимост и ценност за изследваната тема. Обемът на приложенията е 22 стандартни страници.

При така направените констатации, считам че представената разработка като структура **отговаря на изискванията** за композиционно и съразмерно разположение на отделните глави.

Приемам темата на дисертационния труд за практически значима. Авторът е обосновал убедително актуалността проблематиката във връзка с брендирането на регионалните туристически дестинации чрез местната традиционна кухня и повишаването на конкурентоспособността в туризма. Проучил е значителна информация, разглеждаща управленските подходи и решенията за брендиране на

туристическата дестинация в туристическата индустрия и е очертал все по нарастващата роля на туризма в световната и националните икономики.

С **въведението**, авторът е задал същността на темата и актуалността на поставените проблеми. Извел е също така взаимовръзката между брендирането на туристическите дестинации и тяхната конкурентоспособност. Тази взаимовръзка, авторът очертава чрез влиянието и приложението на управленческите стратегии за повишаване конкурентоспособността на туристическите дестинации.

Изборът на автора за представяне на брендирането и имиджовото репрезентиране на туристическата дестинация чрез местната традиционна кухня, се базира на необходимостта на туристите да консумират храна, пребивавайки в дадената конкретна дестинация. Авторът ясно очертава и ролята на храната за изграждане на индивидуалността на бранда и неговия имидж, както и за успешното управление на туристическата дестинация. Предлага редица утвърдени дефиниции и начин за измерване конкурентоспособността на туристическата дестинация. Акцентът поставя върху брендирането на базата на традиционната кухня, като конкурентно предимство, което според него е в състояние да привлича по-големи туристопотоци, да провокира създаване на запомнящо се туристическо преживяване и респективно, да способства за увеличаване на приходите в туризма.

Основната цел на дисертационното изследване е да се установи дали и чрез какви начини традиционната и местната храна може да повлияе на националната туристическа конкурентоспособност. От тази цел произтичат различни въпроси и релации, които подложени на анализ довеждат до два основни аспекта, проучвани от докторанта. Формулирани са изследователски теза и хипотези, както следва: 1) Брендирането на местната храна, което се произвежда и предлага в района, където туристите пребивават, оказва въздействие върху тяхното удовлетворение; 2) Подходът за информиране на туристите за местните храни е определящ за търсенето от тяхна страна и консумацията.

Първа глава – *Гастрономията в туристическите дестинации* е ориентирана към преглед на литературата във връзка с изследването. Прегледът е осъществен в три концептуални насоки - по отношение на ролята на храната в туристическия опит, традиционната храна и нейните взаимовръзки с понятия като местност и автентичност,

както и по отношение на гастрономическия туризъм; към проучване и изясняване на съществуващите взаимодействия между традиционната храна и посетителите в рамките на туристическа дестинация; към изясняване на функцията на марката на дестинацията, за да може допълнително да идентифицира ролята и значението на традиционните храни за конкурентоспособността на туристическата дестинация. Специално внимание е отделено на гръцката гастрономия, гръцката хранително-вкусова промишленост и гастрономическия туристически продукт, който дестинацията може да предложи. При идентифицирането на гръцкия гастрономически продукт се анализират пет измерения: местни ресторанти и хранителни магазини, хотелска кухня, посещения на местни предприятия за производство на храни, гастрономически фестивали и традиционни панаири, и гастрономически музеи и изложби.

Глава втора – *Методологически инструментариум* представя методологията на изследване. Борави се с първични и вторични данни, обект на интерпретация посредством комплексен изследователски подход. Проучени, анализирани, систематизирани и представени са данни от национални и международни организации по отношение на туристическата конкурентоспособност на Гърция. Проведено е анкетно проучване - чрез въпросници, разпространени в 5 големи вътрешни гръцки туристически дестинации: Солун, Корфу, Хераклион, Родос и Санторини. Подборът им е обусловен от тяхната пространствена обусловеност и различия в гастрономическата култура и традиция.

Глава трета - *Повишаване на националната конкурентоспособност на туристическите дестинации чрез гастрономически туризъм* представя авторовото виждане за моделирането на конкурентоспособността чрез брендиране на традиционната кухня. Предлага се модел, състоящ се от 4 стълба на действие: във връзка с необходимите действия в сектора; във връзка с необходимите действия в регионален мащаб; във връзка с необходимите действия в международен мащаб; във връзка с необходимите действия в национален мащаб. Освен това, в нея докторантът разглежда и стратегиите за маркиране на дестинации от конкурентни на дестинация Гърция страни. Идентифицира ключови фактори за успех в управлението и популяризирането на гастрономически дестинации на базата на представени добри

практики. Както и констатира, че успешните гастрономически дестинации способстват за подобряване идентичността, като подчертават местните активи, увеличават разнообразието от предлагани продукти, свързват кухнята с традицията и културното наследство и свързват туризма с местното производство.

В заключение, дисертационното изследване установява, че туризмът, свързан с консумация и потребление на местни и традиционни храни може да се разглежда като форма на алтернативен туризъм, а в резултат на нарастващата конкуренция и промяна в желанията на пътуващите по отношение на опита в дестинациите, трябва по-често се включва като нов или допълнителен елемент в дестинационното туристическо продуктово предложение.

На базата на внимателното ми запознаване с дисертационния труд, считам, че той проучва достатъчна като количество и тематика литература, свързана с традиционните и местни храни, конкурентоспособността и съществуващите по между им релации и оказвани в резултат ефекти. Разработката представлява научна новост и носи полезност за различни заинтересовани страни, както и допринася за обогатяване на тематиката, което би било от полза за развитието и повишаването на информираността по отношение на конкурентоспособността в туризма.

III. Основни приноси в дисертационния труд

В дисертационния труд, автор и научен ръководител са очертали основни **приносни моменти**, които приемам и най-общо представям обобщено както следва:

- Генерирана е първична информация чрез самостоятелно провеждане на анкетни проучвания сред туристи в пет избрани туристически дестинации на Гърция и са установени потребителските нагласи по отношение на националния гастрономически продукт;
- Систематизирана е значителна по обем вторична информация на международно и национално ниво относно конкурентоспособността на туристическите дестинации и е осъществен сравнителен анализ за установяване на националната конкурентоспособност на дестинация Гърция.

- Разработен и апробиран е модел за повишаване на конкурентоспособността на туристическа дестинация Гърция чрез брандинг на традиционни продукти и храни (местна кухня).

IV. Критични бележки по дисертационния труд

Наред с приносите и ползите на дисертационния труд, могат да бъдат открити и някои слабости, които не са от принципно естество и не намаляват изтънгатите достойнства на разработката, отнасящи се до:

- необходимост авторът да анализира и представя по-задълбочено първоизточниците, третиращи фундаментални въпроси от теорията на конкурентоспособността на туризма, както и да излага по-обосновано собствените си позиции по отношение на тях;
- недостатъчно терминологично изясняване на понятийния апарат, с който се бори, както и липса на представяне на някои съществуващи връзки между изследваната фактология, което се забелязва при формулировката на изследователската теза;
- констатирано са също известни технически и стилово-езикови слабости.

V. Публикации по дисертационния труд

По темата на дисертацията, докторантът има 5 публикации: едно участие с отделна глава в колективен монографичен труд, 1 статия и 3 участия в международни научни конференции. Една от публикациите е самостоятелна, останалите са в съавторство. За общите публикации се представят декларации за авторското участие в тях.

Считам, че така представените публикации дават добра разгласа на изследването във връзка с дисертационния труд, както и отразяват коректно съдържанието му.

Докторатът е подготвил и оформил **автореферат**, който в съдържателно и структурно отношение следва изложението на дисертационния труд.

Заклучение:

Въз основа на представения за рецензиране дисертационен труд, считам че дисертационния труд се съдържат научно-приложни резултати, които представляват самостоятелен оригинален принос в икономическата и управленска наука в сферата на туризма. Също така, от разработката е видно, че кандидатът притежава необходимите задълбочени теоретични знания в областта на брандинга като инструмент за повишаване на националната конкурентоспособност, с който борави по отношение на местните традиционни храни и продукти, както и че може да провежда самостоятелни научни изследвания (чл. 27 и чл.28 от Правилника за прилагане на ЗРАСРБ).

Видно е, че дисертационният труд е във вид и обем, съответстващи на специфичните изисквания на Закона за развитие на академичния състав, Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и вътрешните правила на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

С оглед на гореизложеното предлагам на уважаемите членове на научното жури да гласуват положително за присъждането на образователната и научна степен “доктор” по ПН 3.9 „Туризм“ на докторант Калиопи Дрогала.

27.06.2019 г.

Благоевград

РЕЦЕНЗЕНТ:

доц. д-р Преслав Димитров