

РЕЦЕНЗИЯ

От доц. д-р Илинка Сергеева Терзийска,

Преподавател в катедра „Туризм” към Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски”

***Относно:** публична защита на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по научна специалност „Управление и икономика (туризъм)”, професионално направление 3.9. Туризм, изготвена въз основа на Заповед на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски” - Благоевград № 1032/04.06.2019 г. за определяне на научно жури*

Тема на дисертационния труд: „Брандинг на микродестинации в Югозападна България”

Докторант: Георги Георгиев Четрафилов

Представяне на докторанта

Георги Четрафилов завършва средно образование в Природо-математическа гимназия „Яне Сандански,, гр. Гоце Делчев, паралелка „Биология и здравно образование и Химия и опазване на околната среда, с допълнително изучаване на информационни технологии и английски език. Придобива образователно-квалификационна степен „Бакалавър” в редовна форма на обучение в направление 3.9. „Туризм” и образователно-квалификационна степен „Магистър” редовна форма на обучение по специалност „Туризм” в магистърска програма „Международен туризъм” в Стопански факултет към Югозападен университет „Неофит Рилски” гр.Благоевград. В момента изпълнява длъжността администратор в хотел.

Зачислен е като редовен докторант в професионално направление 3.9 „Туризм” със Заповед № 35 от 06.01.2016 г. Положил е успешно всички докторантски изпити, взема участие в общо 4 национални и международни научни форума.

Представяне на дисертационния труд

Представеният за рецензия дисертационен труд на тема „Брандинг на микродестинации в Югозападна България” изследва актуална и малко проучвана за България тема – брандинг на туристически дестинации и по-конкретно – микродестинации за спа туризъм. Изграждането на разпознаваем и устойчив бранд за жалост все още е сред слабите страни на повечето дестинации в България.

Дисертационният труд е с общ обем от 285 стр., от които основният текст заема 249 стр. Изложението е илюстрирано с 142 фигури, 28 таблици и 10 изображения. Списъкът с ползвана литература включва 118 заглавия, от които 29 на български, 57 на чужд език и 32 интернет източника.

В структурно отношение дисертационният труд се състои от три глави, увод и заключение. Съотношението на отделните части на текста е балансирано и следва логическата линия на изследването.

Във въведението е обоснована актуалността на темата, дефинирани са предметът на изследване – брандингът в туристическите микродестинации в Югозападна България (би било по-коректно предметът да бъде определен само като брандинг на дестинации за спа туризъм), и обектът на изследването - туристическите микродестинации в Югозападна България, като са избрани три от тях – Огняново, Сандански и Кюстендил. Основната цел е ясно формулирана, както и произтичащите от нея задачи. Представен е и методологическият инструментариум, който съответства на поставената основна цел и задачи. Посочени са някои ограничения и затруднения на изследването, отделен параграф представя и източниците на информационно осигуряване.

Първа глава е посветена на изясняване на теоретичните въпроси, свързани с брандинга на туристическите дестинации и в частност на микродестинациите. Разгледани са неговите особености, включително елементи на бранда, брандинг стратегии, етапи при управлението на бранда, представени са добри практики. Изяснено е съдържението на основни понятия, които имат отношение към изследваната тематика. На места е представена излишна информация, която няма пряка връзка с темата на дисертацията и само натоварва изложението, например същност на туристическото предприятие, особености на брандинга на различни форми на туризъм и др. Като цяло, представянето на научните достижения в теорията на брандинга

свидетелства за изградени умения от страна на докторанта да синтезира и интерпретира научната литература, свързана с темата на дисертационния труд.

Втора глава разглежда методологически въпроси на брандинга на туристическа дестинация, като последователно се спира на моделите за брандинг в туризма, сред които тези на Аакер, Келър, Томпсън, Бейкър и др. Предлагат се критерии и показатели за оценка, адаптирани по модела за контактен брандинг на Дейвид и Дан, като са посочени и конкретните въпроси от разработените анкетни карти, чиито отговори формират осреднената оценка. Тук правят впечатление някои несъответствия между показател и въпрос – например показателят „доверие” се оценява от потребителите с отговор на два въпроса: *„4. Колко ефективни са средствата за получаване на обратна информация от Вас относно престоят Ви?”* и *„8. Бихте ли повторили отново Вашето посещение?”*, като в същото време в таблица 9 е посочено, че по отношение на пазара, този показател се измерва с влиянието на бранда сред алтернативни варианти за покупка. Същото се наблюдава и при въпрос номер 9 от анкетната карта, разпространена сред местното население, който гласи *„Какво, според Вас, може да се направи в посока по-добро развитие на туризма в Огняново/ Сандански/ Кюстендил?”*, а е съотнесен към оценка на показателя „доверие”.

Точка 2 от втора глава – „Методика за анализ и оценка на бранда на микродестинациите” започва с подробно представяне на трите микродестинации, които са обект на изследване, като би било по-удачно тази информация да бъде представена в началото на трета глава. По-нататък са разгледани различните методи на събиране на информация (количествена и качествена), като са представени положителните и отрицателните им страни, както и приложимостта им към различни случаи. Направен е и преглед на редица методи за анализ на вече събраната информация. Предложените осем етапа на изследването и свързаните с тях методи отговарят на поставените цел и задачи на изследването и са удачно подбрани. Посочва се, че представителността на извадката е осигурена чрез прилагане на метода на Ерик Вернет, който обаче не е подходящ при конкретния случай (виж критични бележки).

Трета глава включва резултатите от проведените проучвания, които се представят последователно за трите дестинации. Резултатите са графично онагледени с помощта на таблици и фигури, а придружаващият анализ показва изградени умения за интерпретиране на данни. Сравнителният анализ на трите дестинации – Огняново,

Сандански и Кюстендил обобщава получените и вече детайлно представени резултати. Препоръките, с които завършва трета глава се базират на предхождащия ги анализ. Цялостното впечатление е, че авторът притежава умения за провеждане на самостоятелно научно изследване, както и способност аргументирано да излага изводите от получените резултати.

Заклучението обобщава основните изводи и препоръки. Заявените приноси са коректно формулирани.

Представеният автореферат отразява коректно съдържанието на разработката. Списъкът с публикации, свързани с тематиката на дисертационния труд се състои от три заглавия, които са достатъчно на брой, за да свидетелстват, че достатъчна част от резултатите от изследването са представени пред академичната общност.

Изложението е представено в ясен научен стил.

Критични бележки

Към предоставения за разглеждане дисертационен труд биха могли да бъдат отправени следните забележки:

- 1) Прегледът на литературата в първа глава е утежнен с излишни подробности (конкурентоспособност на туристическата дестинация, туристическо предприятие, туристически продукт и др.).
- 2) Използваният метод на Вернет за изчисляване на минимален брой наблюдения е неприложим в настоящия случай първо, защото трите групи респонденти не съставляват дялове от едно цяло, и второ, защото осигуряването на минимален брой единици от генералната съвкупност не е достатъчно за съставянето на представителна извадка.
- 3) Изводите относно профила на туристите, посещаващи трите дестинации са спорни, предвид липсата на репрезентативност на анкетното проучване. Същото важи за изводи относно профила на местното население, който следва да се установи на база изчерпателно демографско проучване.
- 4) На места не е осигурено необходимото съответствие между показател и въпрос, който следва да осигури оценка по съответния показател.

Въпреки отправените критични бележки смятам, че дисертационният труд отговаря на основните изисквания за провеждане на самостоятелно научно изследване и предлагам на неговия автор Георги Четрафилов да бъде присъдена научната и образователна степен доктор по научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“.

20.06.2019

Благоевград

Изготвил:

/доц. д-р Илинка Терзийска/