

СТАНОВИЩЕ

от

доц. д-р Мария Станкова,

преподавател към Катедра „Туризм“ на Стопанския факултет при Югозападен университет „Неофит Рилски“ – Благоевград, в качеството си на член на научно жури по процедурата за публична защита за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ в професионално направление: 3.8. Икономика, по научна специалност: Икономика и управление по отрасли - туризъм на:

Деян Галовски,

редовен докторант към катедра „Икономика и управление по отрасли“ на Стопанския факултет при СУ „Св. Климент Охридски“

**Тема на дисертационния труд: „ЕФЕКТИВНОСТ НА НАЦИОНАЛНАТА
МАРКЕТИНГОВА ПОЛИТИКА ЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА
ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ (СЛУЧАЙ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЯ)“**

Дисертационният труд е разработен по програма Базилеус на английски език с оригинално заглавие: Effectiveness of national marketing policy for the competitiveness of the tourist destination (case of the Republic of Macedonia)

Научен ръководител:

проф. д.и.н Соня Милева

Със Заповед № РД 38-734 от 07.12.2017 г. на Ректора на СУ „Св. Климент Охридски“ проф. д-р Анастас Герджиков и решение на Факултетния съвет на Стопанския факултет от 28.11.2017 г., Протокол № 09, съм определена за член на научно жури по процедура за публична защита на редовния докторант към катедра „Икономика и управление по отрасли“ на Стопанския факултет при СУ „Св. Климент Охридски“ Деян Галовски. С решение на научното жури, ми бе възложено изготвяне на становище по дисертационния труд.

От предоставените документи по процедурата е видно, че Деян Галовски е зачислен за редовен докторант към катедра „Икономика и управление по отрасли“ на Стопанския факултет при СУ „Св. Климент Охридски“ през 2014 г. по програма Базилеус на английски език.

Деян Галовски е роден през 1987 г. в Тетово, Македония. Образованието си е придобил както следва: средно образование в Икономическото училище "8-МИ Септември" в Тетово, Република Македония; бакалавърска степен във Факултета по Бизнес Администрация в Университета на Югоизточна Европа в Тетово, Република Македония през 2009 г.; магистърска степен във Факултета по Бизнес и Икономика, отдел: Маркетинг в Университета на Югоизточна Европа в Тетово, Република Македония през 2011 г. Стажувал е в "Комерсиална банка" АД Скопие, Клон Тетово, за период от 3 месеца, както и е участвал в студентски обмен, осъществен в Стопанския факултет към СУ „Свети Климент Охридски“ в София, България. Владее английски, български език и сръбски език. Прави впечатление също, интересът му към допълнителни курсове и семинари в областта на икономиката, маркетинга и интернет технологиите като възможност за повишаване на професионалната квалификация.

I. Обща оценка на представения дисертационен труд и извършената научно-изследователска дейност:

За участието си в процедурата по публична защита Деян Галовски е представил: 1.) разработен дисертационен труд в обем **173 страници** компютърно набран текст; 2.) седем **доклада и една статия**, публикувани в национални и международни научни издания; 3.) автореферат по дисертационния труд.

Научните публикации и автореферат фактически **отразяват в отделни аспекти съществени части от** дисертационния труд, с акцент върху изследваните проблемни моменти. След запознаването ми с дисертационния труд, разработен от Деян Галовски, съм на мнение, че той разглежда **важна тема**, както за **конкретно изследваната дестинация – в случая на Република Македония (Бивша югославска република Македония), така и за туристическа индустрия** въобще.

По отношение на **структурата и съдържанието му**, следва да се отбележи, че същият е структуриран във въведение, четири глави, заключение, използвана литература и два анекса. Избраната от докторанта структура на дисертационния труд в четири глави е съразмерна в отделните му части. Основният текст на дисертацията е в обем от 159 стр., а библиографската справка е респективно в обем 8 стр. и включва 110 източника. Преобладаващият обем на литературните и информационни източници на латиница в общия

брой на библиографските източници, показва желание да се проучи максимално голям брой от водещите международни публикации, имащи отношение към темата на дисертацията. Обемът на анексите е 6 страници и включва модел на използваните анкетни карти. В текста са включени 38 таблици и 18 фигури.

II. Оценка на съдържанието и разработеността на отделните части на дисертационния труд:

По отношение на Въведението:

Въведението на дисертационния труд започва с извеждане на аспектите на актуалността на темата за ефективността на националната маркетингова политика по отношение на конкурентоспособността на туристическата дестинация, с директна препратка към избрания случай на изследване на Република Македония. Обект на изследване в труда е конкурентоспособността. При съотнасянето му към националната дестинация Република Македония, авторът подчертава, че до момента задълбочен анализ за конкурентоспособността на македонския туристически потенциал и съпоставянето му с други дестинации, липсва. Предмет на изследване са способите за повишаване на конкурентоспособността на туристическата дестинация чрез националната маркетингова политика и измерването на ефективността на националната маркетингова политика в Република Македония като туристическа дестинация, посредством сравнение с конкурентните дестинации България, Сърбия и Албания.

Всъщност, въведението в композиционно и съдържателно отношение в дисертационния труд, представен на английски е стегнато оформено, фокусирайки се върху актуалността на изследването. Детайлно актуалността, целите, задачите, тезата и хипотезите на изследване, методологията и ограниченията са изведени в автореферата, който е на български език и в по-голяма степен отразява българската традиция на оформление на дисертационните изследвания.

При това уточнение, имайки предвид, че дисертационния труд е разработен на английски език, като цяло може да се приеме, че формулировките по отношение на предмета и обекта на изследването, както и на изследователските задачи са правилни.

По отношение на Глава I – ВРЪЗКАТА И ВЗАИМНАТА ЗАВИСИМОСТ НА МАРКЕТИНГОВАТА ПОЛИТИКА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ

Глава първа се състои от 7 параграфа. С нея се задава теоретичната рамка и дефиниции по отношение на туристическата дестинация и набора от основни въпроси,

свързани с територията ѝ, присъщите ѝ елементи и характеристики, жизнен цикъл, Индекс на Докси, маркетинг и конкурентоспособност. Специално внимание авторът е отделил на значението на маркетинговите стратегия и политика за развитието на туристическите дестинации. В тази връзка са очертани основните аспекти, от които зависи ефективността. Безспорно, Д. Галовски е възприел определена логика в съдържателно отношение и я следва. Счита обаче, че текста е раздробен в посочените седем параграфа и изложението в дисертационния труд само би спечелило като научен продукт от неговото интегрирано представяне.

По отношение на Глава II - МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕ

Втора глава също се състои от 7 параграфа: Актуалност на темата; Обект на изследването; Предмет на изследването; Цел и задачи на изследването; Хипотези; Методология на изследването и Ограничения.

Както е видно от основния текст на дисертационния труд, в Глава втора се съдържа описание на методологическия инструментариум за анализ и оценка по отношение на обекта и предмета на изследване, както и за развитие на изведените в уводната част хипотези. Авторът борави с *количествени и качествени методи*, предимно по отношение на анализа на отговорите по отворените въпроси, дадени от интервюираните експерти; с *метода на анкетните проучвания*; с *метода на интервюто*, със *сравнителния метод*, с *методи за индукция и приспадане*.

Ползвани са данни от първични (анкети и интервюта) и вторични източници (публикувани книги, списания, уеб страници от областта на маркетинга, туризма и информационните системи в туризма от библиотечни фондове или интернет). При статистическото обработване на данните от емпиричните изследвания е боравено със статистически методи и софтуерни програми. Разработени са два въпросника, както следва: въпросник за приемащата общност по отношение на ефектите от правителствените реклами за туризъм и въпросник за представянето на изследваната дестинация на националните туристически изложения в София, България от 11-13 февруари 2016 г. и в Белград, Сърбия от 18-21 февруари 2016 г.

В автореферата по дисертационния труд главата не е представена съгласно стандартите.

По отношение на Глава III – МАКЕДОНИЯ КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ И ТЯХНАТА НАЦИОНАЛНА ПОЛИТИКА В ТУРИЗМА

Главата отново е структурирана в седем точки: Туристически продукт на Македония; Видове туризъм в Македония; Жизнен цикъл на македонския туризъм; Индексът на Докси на македонския туризъм; Усилия за популяризиране на македонския туристически продукт; Македонска национална кампания за брендиране на туризма; Македонска онлайн туристическа кампания.

Вниманието на автора тук е насочено към Македония като туристическа дестинация. Проучено е и е представено създаването на туристическия продукт за дестинация Македония, видовото разнообразие, жизнения цикъл на дестинацията и индекса на Докси за македонския туризъм. Съобразявайки се с названието на главата, авторът е отделил внимание и на македонската национална политика в туризма, като е описал действията и усилията по популяризиране на македонския туризъм, с акцент националната кампания за брендиране на туризма и македонската онлайн туристическа кампания. И в трета глава се запазва нагласата на докторанта да детайлизира изложението, при все че степента на детайлизиране би следвало да зависи от характеристиките на отделните аспекти на изследването.

По отношение на Глава IV – СРАВНЕНИЕ И АНАЛИЗ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ И ИЗМЕРВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА

Глава четвърта е структурирана в шест точки и три подточки: Албански туристически продукт; подточка Албанската политика за маркетинг на туризма; Български туристически продукт; подточка Българска политика за маркетинг на туризма; Сръбски туристически продукт; подточка Сръбска политика за маркетинг на туризма; Индекс на конкурентоспособността в туризма; Ефективност на македонската маркетингова политика за туризма на посетителите на панаири на туризма; Количествен анализ на показателите за туризма.

В главата е представен анализ на определени туристически продукти и маркетинговата политика на избраните за конкурентни на Македония дестинации: Албания, България и Сърбия. Проучени са дяловете на отделните видове туристически продукти в общото туристическо предложение на изследваните дестинации. Отделено е внимание на иницираните от тях маркетингови кампании, както и на ролята на представителните национални органи, отговорни за тях. За сравнение на конкурентоспособността на Македония и избраните конкуренти докторантът прилага модела на TTCI (Индекс на конкурентоспособността в туризма). Представя и използва количествените и качествени данни от проведените анкетни проучвания със съпътстващата ги интерпретация. Възприемайки подобен подход, основан само на Индекса на конкурентоспособността в

туризма като единствен практически модел, използван за измерване на конкурентоспособността, Галовски до голяма степен ограничава обхвата на своето изследване и анализ. Безспорно, Индексът дава солидна основа за сравнение между конкурентоспособността на значителен брой дестинации в света, но и може да се надгради с допълнителни елементи от проведените от докторанта собствени анкетни проучвания, както и със споменатия в първата глава модел на М. Портър.

В **заключението**, изведените от автора хипотези са тествани. Авторът завършва с конкретни препоръки по отношение ефективността на националната маркетингова политика за конкурентоспособността на дестинация Република Македония.

III. Оценка на научните и практически резултати и приноси на дисертационния труд:

Практиката и нормативната уредба изискват докторантите да се самооценяват и да формулират оригиналните си и приноси моменти с теоретичен и практико-приложен характер. Деян Галовски е извел и формулирал шест приноса с методологически и практико-приложен характер. Запознах се с тях, приемам ги и считам, че са негово собствено дело и резултат от **самостоятелни и целенасочени научни търсения**.

IV. Критични бележки, препоръки и въпроси:

Към дисертационния труд могат да бъдат отправени и някои критични бележки. В по-голямата им част, те бяха представени в раздел втори от настоящото становище.

Обобщавайки, считам, че изследванията на Д. Галовски биха спечелили при преодоляване на раздробяването в структурно отношение, забелязвано в дисертационния труд при всяка от главите. Този подход, възприет от автора, индиректно влияе върху яснотата при иначе добре построената логика на изследването. Добре би било в бъдещите си научни разработки Деян Галовски да поставя също по-широк обхват на търсенията, за да може да формулира ясна, пълна и обективна картина на изследваната проблематика.

V. Заключение:

Въз основа на направения анализ мога да заявя своята положителна оценка за представения дисертационен труд на тема **„ЕФЕКТИВНОСТ НА НАЦИОНАЛНАТА МАРКЕТИНГОВА ПОЛИТИКА ЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ (СЛУЧАЙ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЯ)“**.

Считам, че дисертационния труд съдържа научно-приложни резултати, които представляват оригинален принос в науката и отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагането му, както и вътрешните документи на СУ „Св. Климент Охридски“.

Докторантът е коректен при формулирането на изведената изследователска теза, притежава теоретични знания в областта на туризма и може да провежда самостоятелни научни изследвания. Като имам предвид изведените приноси на докторант Деян Галовски и направените от мен констатации, оценката ми за качествата на представения за становище труд е положителна. Това е и основание да предложа на уважаемото Научно жури да присъди на Деян Геловски на образователната и научна степен „Доктор” в професионално направление: 3.8. Икономика, по научна специалност Икономика и управление по отрасли - туризъм.

Изготвил становището:

доц. д-р Мария Станкова

18.01.2018 г.,

гр. Благоевград