

**ДО
ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА
НАУЧНОТО ЖУРИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ НА
ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД НА ДОКТОРАНТА
ДЕЯН ГАЛОВСКИ**

С Т А Н О В И Щ Е

от доц. д-р Стела Иванова Балтова, Международно висше бизнес училище, професионално направление 3.8. Икономика (Бизнес услуги)

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен “доктор” по професионално направление 3.8. **Икономика (Икономика и управление (туризъм))** в СУ „Климент Охридски“, Стопански факултет.

Автор на дисертационния труд: Деян Галовски

Тема на дисертационния труд: «Ефективност на националната маркетингова политика за конкурентоспособността на туристическата дестинация (случай на Република Македония)»

Научен ръководител: проф. д.и.н. Соня Милева-Божанова

Основание за представяне на становището: Заповед № РД 38-734/07.12.2017 г. на Ректора на СУ „Св. Климент Охридски“.

Становището е изготвено в съответствие с изискванията на:

- Закона за развитието на академичния състав в Република България, обн. ДВ, бр.38 /21.05.2010 г., с последно изм. и доп. ДВ бр. 68/02.08.2013 г.;
- Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България, обн. ДВ бр.75/24.09.2010 г., с последно изм. и доп. ДВ бр.62/12.07.2013 г.

1. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представеният дисертационен труд е разработен в обем от 174 страници, от които основен текст 168 страници. Структуриран е както следва: увод, основен текст, систематизиран в четири глави, заключение, използвана литература и приложения. Постигната е добра балансираност между отделните части. Използвани са 110 литературни източници, от които заглавия на български, английски, френски език, немски, хърватски, сръбски и македонски език. Дисертацията включва 12 фигури и 21 таблици. Заедно с дисертационния труд са представени 2 броя приложения по неговото съдържание в обем от 5 страници. Съгласно техническите изисквания са представени автореферат и научни публикации по темата (общо 8 на брой).

Темата на дисертационния труд е актуална от гледна точка на необходимостта от изследване на въздействието на ефективността на маркетинговата дейност върху конкурентоспособността на туристическа дестинация, за да бъдат взети правилни управленски решения и от сравнително ограничения напредък в разработването на методологии за оценяване на ефективността на националния маркетинг. Важността се

дължи и на това, че добрата методология трябва да бъде не само теоретично и методически издържана, но и практически приложима в конкретна туристическа дестинация. От друга страна се посочва, че темата за конкурентоспособността на Македония като туристическа дестинация е много слабо изследвана до момента. Избора на туристическа дестинация Македония като обект на дисертационния труд е удачен и предвид това, че през последните 10 години се наблюдава постоянен ръст на туристическите пристиганията в дестинацията и открояващи се усилия в промотирането на туризма ѝ.

Предметът на изследването е „конкурентоспособността на туристическа дестинация Македония като функция на ефективността на националната маркетингова политика на дестинацията“.

Обект на дисертационния труд е Република Македония като туристическа дестинация в конкретика националната ѝ маркетингова политика и усилия за популяризиране и развитие на туризма в страната.

Целта, която си поставя е «да се разработи методология за оценка на ефективността на маркетингова политика, която Македония като туристическа дестинация провежда».

Защитаваната **изследователска теза** е добре формулирана и се свежда до това, че „по-високата ефективност на националната маркетингова политика води до повишаване на конкурентоспособността на туристическата дестинация“. Проверяването на изследователската теза е конкретизирано в пет хипотези, които могат да бъдат обединени в две: а) прилаганите нови стратегии за развитие на туризма в Македония водят до привличане на по-голям брой туристи от чуждестранни пазари и 2) конкурентоспособността на Македония като туристическа дестинация е по-добра на съседните пазари Албания и Сърбия, но не по-добра от тази на България.

В своята цялост дисертационното изследване има практико-приложен характер.

2. **Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

Първа глава има изцяло теоретичен характер и изяснява смисъла, както и представя известни в литературата концептуални виждания за понятия като „дестинация“ и „туристическа дестинация“ от различни гледни точки - маркетингова, туристическо търсене, локация и др. С оглед изясняване взаимовръзката на маркетинговите усилия и конкурентоспособността на туристическа дестинация са разгледани основните елементи, на мултидименсионалната категория конкурентоспособност на туристическа дестинация, както и концептуални модели за нейната оценка. Направено е обобщение на спецификата на маркетинга на туристическа дестинация и на значението на маркетинговата стратегия за развитието на дестинацията.

Втора глава „Методология на изследването“ разглежда националната маркетингова политика на Македония и произтичащите от нея основни маркетингови активности като докторантът се фокусира по-специално на периода след 2010 г. Едва тук са изведени обекта, предмета, целта, изследователските хипотези, които по-горе са посочени. Работата би имала по-логична последователност, ако още в увода се изведе актуалността на темата, степента ѝ на изученост и се посочат тези елементи.

За постигане на поставената цел, докторантът е възприел използването на количествени и качествени методи, както и широко известния индекс на конкурентоспособността на пътуванията и туризма на Световния икономически форум, който се използва от 2007 г.

В трета глава, докторантът представя туристическия потенциал на Македония от гледна точка на приоритизираните туристически продукти в националната ѝ туристическа маркетингова политика, като същевременно обособява етапите на жизнения ѝ цикъл като туристическа дестинация в периода 2000-2015 г. Специално внимание е отделено на маркетингови активности, свързани с промотиране на Македония като туристическа дестинация в страната и на приоритетни пазари, на схеми за насърчаване развитието на определени пристигащи пазари и влиянието на политиката на субсидиране върху пристиганията. Интересът на автора, насочен към приемащата общност като конкурентно средство на дестинацията заслужава да бъде оценен като оригинален подход и да бъде развит в по-нататъшни изследвания.

Глава четвърта има практико-приложно значение. Посветена е на решаването на една от основните задачи, които докторантът си поставя - извършване на сравнителен анализ на конкурентоспособността на Македония като туристическа дестинация спрямо нейните съседни пазари Албания, България и Сърбия. В тази част на докторския труд в дълбочина са обсъдени резултати, получени в резултат на качествени и количествени изследвания на докторанта относно оценка на ефективността на маркетинговите активности на Македония в областта на туризма. Собственото проучване е проведено в София и Белград, макар че не става ясно каква е националността на респондентите, които оценяват националния маркетинг на Македония. При все това, допълнен с количествен анализ на вторични статистически данни, обхващащи периода 2000-2015 г., кросанализът на данните за ефективността на националния маркетинг и на сравнителния анализ на конкурентоспособността на изследваните дестинации позволяват на автора да оцени най-ефективните маркетингови активности на националния маркетинг на Македония и да потвърди изцяло или частично някои от поставените хипотези. По този начин той изследва основната си теза, че повишаване на ефективността на националния маркетинг влияе положително на конкурентоспособността на туристическата дестинация, в частност Македония, която той частично потвърждава.

Заклучението успява аргументирано да обобщи получените резултати от изследванията, след което авторът извежда от теоретична и практическа гледна точка препоръки за подобряване на националната маркетингова политика на Македония с оглед повишаване на нейната ефективност за постигане на по-висока конкурентоспособност на туристическа дестинация Македония.

Списъкът на използваните литературни източници и приложенията са изготвени съобразно възприетите стандарти.

3. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Представеният от докторанта Деян Галовски дисертационен труд постига резултати с приносен характер. Приносите са лично дело на докторанта и са формулирани предимно приложно, като допълвам както следва:

1. Проучена и анализирана е националната маркетингова политика и дейност на Македония в сектора на туризма, и е извършен сравнителен анализ с националните маркетингови активности на нейните основни конкуренти и съседни пазари Албания, България и Сърбия.
2. Извършена е оценка на ефективността на националния туристически маркетинг и е доказано, че в случая на туристическа дестинация Македония не се постига в достатъчна степен повишаване на конкурентоспособността ѝ след 2010 г, в резултат на подобряване на ефективността на националния маркетинг.

3. Въз основа на получените резултати от приложената методология са изведени препоръки за развитие на националния маркетинг в туризма на Република Македония като цяло и на отделни дейности и инструменти с оглед повишаване на нейната конкурентоспособност, а така също са дадени насоки за развитие на конкретни туристически продукти за конкретни целеви групи.

Посочените научни приноси на дисертационния труд свидетелстват за отговорния подход на автора към изследването и за придобитите умения за провеждане на цялостно самостоятелно научно изследване в областта на ефективността на националния маркетинг и обвързаността ѝ с конкурентоспособността на туристическата дестинация.

4. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът Делян Галовски е публикувал основните резултати от дисертационния си труд в две научни списания, от които 1 бр. в България и 1 бр. в чужбина, и 6 доклада на международни научни конференции, от които 2 в чужбина. Всички публикации са самостоятелни и са на английски език. Научните публикации отговарят на количествените и качествените изисквания за публикации при защита на дисертационен труд за придобиване на образователната и научна степен „доктор”.

5. Оценка на автореферата

Авторефератът е представен във вид, който отговаря на изискванията, в обем от 52 страници. Същият отразява в достатъчна степен разработения дисертационен труд и представя в синтезиран вид обекта, предмета, обхвата, резултатите и изводите от изследването, насоки за развитието на туризма в Македония.

6. Критични бележки, препоръки и въпроси

Дисертационният труд отговаря на изискванията към този вид разработки и нямам съществени критични бележки в структурно и съдържателно отношение. Бих желала да отправя някои технически бележки, препоръки и въпроси към докторанта, които не омаловажават постигнатите резултати.

1. Основните ми критични бележки се отнасят до недостатъчно доброто ниво на българския език, който е използван в автореферата, както и английския език в докторския труд, в резултат на което на места се затруднява разбирането на текста.
2. В техническо отношение по-прецизно е на всяка фигура да бъде посочен източника на данните, въз основа на които е построена. На много места в текста се посочват цифри напр. цитирания на стр.102 относителен дял на видовете туристически продукти в България, напр. голф туризъм (0.1%), екотуризъм 4.2%, конгресен туризъм (4.1%) и др., без да е посочен източника на тези данни, които освен това са твърде спорни, тъй като официални проучвания с такава цел не са провеждани след 2014 г.
3. Бих препоръчала на докторанта в обобщение на постигнатите приложни резултати да изведе положителните и слабите елементи на конструирания от него подход, и ясно да моделира методологията на изследване на зависимостта на конкурентоспособността на туристическата дестинация от

ефективността на националния маркетинг, така че да бъде приложима и за други дестинации.

Въпроси:

1. В дисертационния труд е направен извод, че Македония като туристическа дестинация не обръща достатъчно внимание на младите хора като пазарен сегмент, който не е по-малко важен от останалите. Кои са основанията на докторанта за този извод?
2. Според Вас, в каква степен осигуряването на достатъчна и надеждна информация за вътрешния и международния пазар е предпоставка за добре информирани решения в областта на националния маркетинг на Македония за постигане на висока конкурентоспособност на туристическата дестинация?
3. В какво се изразяват „слабите“ места в използваната от Вас методология за оценяване влиянието на ефективността на националния маркетинг в туризма върху конкурентоспособността на туристическа дестинация Македония.?

7. Заключение

В заключение, мога да заявя, че представеният труд показва, че Деян Галовски притежава познания в областта на научните постижения и практика в областта на маркетинга в туризма. Работата представлява завършено самостоятелно научно, добросъвестно извършено изследване, посветено на ясно дефиниран проблем в област, значима както за научната общност, така и за практиката. Предвид това, давам **положителна оценка** на дисертационния труд на тема «Ефективност на националната маркетингова политика за конкурентоспособността на туристическата дестинация (случай на Република Македония)» и бих желала да предложа на уважаемото жури да присъди на **Деян Галовски** образователната и научна степен „доктор” по професионално направление направление 3.8. **Икономика (Икономика и управление (туризъм))**.

26.01.2018г.

гр. София

Член на научно жури:

(доц. д-р Стела Балтова)