

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ  
„СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“  
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

България, София 1113  
бул. Цариградско шосе 125, блок 3  
Тел: (+359 2) 73 83 10  
Факс: (+359 2) 73 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg



SOFIA UNIVERSITY  
„ST. KLIMENT OHRIDSKI“  
FACULTY OF ECONOMICS AND  
BUSINESS ADMINISTRATION

Bulgaria, Sofia 1113  
125 Tzarigradsko chaussee blvd., bl. 3  
Tel: (+359 2) 73 83 10  
Fax: (+359 2) 73 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg

## СТАНОВИЩЕ

От проф. д. ик. н. Соня Варадинова Милева-Божанова,

научна специалност 05.02.18 Икономика и управление (Туризъм), катедра “Икономика и управление по отрасли” при Стопански факултет на СУ „Св. Климент Охридски“

**Основание** за представяне на становище: участие в научно жури, определено със заповед № РД 38-734/07.12.2017г. г. на Ректора на СУ „Св. Климент Охридски“ и решение на научното жури от 13.12.2017 г.

**Относно:** публична защита на дисертационен труд за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.8 Икономика (Икономика и управление по отрасли – туризъм);

**Тема** на дисертационния труд: „Ефективност на националната маркетингова политика за конкурентоспособността на туристическата дестинация (случай на Република Македония);

**Автор** на дисертационния труд: **Деян Галовски**, редовен докторант по програма Базилеус Стопански факултет при СУ „Св. Климент Охридски“.

**Научен ръководител:** проф. Д. ик. н. Соня Милева-Божанова

Представеният за рецензиране дисертационен труд е насочен за публична защита с решение на ФС на Стопански факултет, Протокол № 9 от 28/11/2017 г. и е в съответствие с изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за неговото прилагане и Правилник за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“ като са спазени всички процедурни изисквания.

### 1. Кратки биографични данни и характеристика на научните интереси на дисертанта

Деян Галовски е роден 04.06.1987 година. Завършва ОКС „магистър“ в Университета на Югоизточна Европа в Тетово, Македония. В рамките на магистърската си програма е на студентски обмен в Стопански факултет на СУ „Св. Климент Охридски“, като от 2014 г. (Заповед РД 20-

1696/14.10.2014 г.) е зачислен като редовен докторант в рамките на програма Базилеус с научен ръководител проф. Соня Милева. Владее английски, сръбски и български език. Преминал е различни допълнителни курсове за повишаване на квалификацията, като активно участва в екипа на научно-изследователски проекти към Стопански факултет (Проект № 059/ 12.04.2016 г. на тема „Иновации и иновационни стратегии в туризма“; Проект № 80-10-59/20.04.2017г. на тема „Секторни политики за насърчаване на иновациите и конкурентоспособността в туризма“).

## **2. Актуалност на разработвания в дисертационния труд проблем.**

Темата на дисертацията може да се определи за **актуална** в рамките на съвременните трансформации в сферата на туризма и ролята на маркетинга за управление на дестинацията на национално ниво. Дигитализацията, динамичното развитие на широкия набор от налични инструменти и възможности, които пряко влияят за нивата на конкурентоспособност.

Обект на изследване е маркетинговата политика за развитие на Македония като туристическа дестинация, а предмет анализ и оценка на нейната ефективност в усилията за постигане на конкурентоспособност. Темата е безспорно значима в контекста на усилията и инвестициите на Македония в развитието на туризма, паралелно с остарата конкуренция на Балканите и съседните ѝ страни.

## **3. Обща характеристика на дисертационния труд**

Представеният за оценка дисертационен труд на докторант Деян Галовски, авторефератът, справката за приносите и научните публикации свидетелстват за целенасочените усилия на автора да изследва и оцени ефективността на маркетинговата политика за повишаване на конкурентоспособността на Македония като туристическа дестинацията.

Дисертационният труд е в обем 167 (сто шестдесет и седем) страници компютърно набран текст, в т.ч. 18 фигури и 38 таблици, а други шест (6) са приложение с включени анкетни карти от провежданите проучвания. Структурата на дисертацията включва увод, четири глави, заключение, използвана литература и приложения. Библиографският апарат включва 110 източника преобладаващо на английски език, от които 20 са Интернет източници.

## **4. Оценка на научното съдържание, език и стила на изложение**

Докторантът си поставя за **цел** да разработи методология за оценка на ефективността на маркетинговата политика, провеждана на национално ниво в Македония. Целта има изразено научно и практико-приложен характер.

Изследователската цел е обвързана с четири задачи, разгърнати в четирите глави на дисертационния труд, които включват преглед на теоретичните аспекти на националния маркетинг, връзките и зависимостите за повишаване на конкурентоспособността на Македония като туристическа дестинацията. Въпреки, че докторантът ясно дефинира своята основна хипотеза, поддържащите частни хипотези трудно могат да бъдат пряко обвързани с основната хипотеза.

Може да се приеме, че **използваният инструментариум** е адекватен на проблематиката, базиран на аналитичния и системния подход, комбиниран с такива научноизследователски методи като статистически, диагностичен, количествени (анкетни проучвания) и качествени проучвания (интервюта), анализ, синтез, сравнение, индукция и дедукция.

**Стилът** на изложението е сравнително стегнат, като текста е написан на английски език, което оказва значение при структурирането на изказа. В структурно отношение, дисертацията

следва логическата връзка от общото към частното, като съдържанието на главите съответстват на формулираните в уводната част задачи.

**Литературният обзор** по темата включва такива класически автори като Бътлър (1990, 2010), Бухалис (2000), Гън (1994), Докси (1975), Лейпър (1990, 1995), Котлър (2010), Портър, Ричи, Пиърс (1993, 2012) и други. Библиографската справка е систематизирана по глави, като може да се приеме, че докторант Д. Галовски демонстрира добра осведоменост по въпросите за конкурентоспособността и маркетинга, както и някои основни постулати в теорията за жизнения цикъл на дестинацията.

**В първа глава**, озаглавена „Връзка и зависимости между маркетинговата политика и конкурентоспособността на туристическата дестинация“ се прави критичен анализ на теорията за развитие и жизнен цикъл на туристическата дестинация от гл. т. на маркетинга, връзките и зависимости с конкурентоспособността на дестинацията. Специално внимание е отделено на Индексът за конкурентоспособност на туризма, разработен от Световния икономически форум.

**Втора глава** е посветена на методологията, подхода и изследователските методи на които почива проведеното от докторанта изследване. Прави впечатление, аргументирания избор и сравнителен анализ (ползи) на избраните за целите на изследването методи, последователност, структура и ограничения.

**Трета глава**, озаглавена „Република Македония като туристическа дестинация и национална туристическа политика“ е посветена на анализ на туристическия продукт на страната, видове туризъм, жизнен цикъл на дестинацията. Специално внимание е отделено на националната туристическа политика и провеждани маркетингови усилия за промотиране и представяне на Македония като туристическа дестинация в т.ч. он лайн и брандинг кампании. Периода на изследване обхваща периода 2000 -2015г., като освен вторични данни, са включени резултати от проведени проучвания за резултатите и ефективността на тези кампании (Macedonia Timeless, Essential Macedonia)

**Глава четвърта**, озаглавена „Сравнение, анализ и измерване конкурентоспособността на туристическите дестинации“ представя сравнителна оценка на идентифицираните като водещи конкуренти на Македония туристически дестинации – съседните Албания, България и Сърбия. Освен сравнение на развитието на туризма, внимание е отделено на провеждания маркетинг на национално ниво в т.ч. успешни кампании в различните маркетингови дигитални канали за достигане на заинтересованите страни. Тази част е основният принос на дисертанта, като резултатите от емпиричния сравнителен анализ разкриват профила и конкурентните предимства на изследваните дестинации спрямо Македония. Анализът е допълнен с данните от индекс на конкурентоспособността в туризма, като съпоставима методика за оценка за изследвания период, обхващащ четирите държави. Петият параграф в тази част е същинския принос на докторанта – Ефективност на македонската маркетингова политика. Представени са резултатите от проведени от докторанта проучвания сред посетителите (общо 144 респондента) на официалния щанд на Македония на международните туристически изложения в София (2016), Белград (2016). Изведените резултати дават обратна връзка и оценка на ефективността на маркетинговите усилия на Македония от гл. т. на настоящи и потенциални туристи на страната. Въз основа на тези данни е разработено интервю с официален представител на Агенцията за насърчване и подкрепа на туризма в Македония. В последният, шести параграф е представен количествен сравнителен анализ на Македония с нейните основни конкуренти – Албания, България и Сърбия по основните туристически показатели – пристигания и приходи от туризъм.

В **заклучението** се обобщават основни изводи и се излага тяхното отношение към поставената цел и научни задачи. Въз основа на направения анализ в дисертационния труд са изведени общи препоръки към ефективността на маркетинговата политика, имащи пряко отношение към конкурентоспособността на дестинацията. Систематизирани са основните моменти, бележещи националния подход за развитие на туризма, като институционализиране на специализиран орган (2008), провеждани кампании (включително, насочени към обществото домакин). Изведени са резултати от предварително формулираните, поддържащи частни хипотези.

## **5. Оценка на научните и научно-приложните приноси на дисертационния труд**

В дисертационният труд се съдържат убедителни доказателства и практико-приложни резултати, представени като задълбочен анализ на ефективността на маркетинговата политика на Македония и връзките с конкурентоспособността на дестинацията в десет годишен период (2005-2015 г.).

**Основните приноси** на докторант Деянт Галовски се изразяват:

Първо, въз основа на изчерпателен, детайлен и задълбочен критичен анализ на данни за десет годишен период са идентифицирани основните резултати от провежданата маркетинговата политика на Македония на ниво дестинация. Това е първото по рода си изследване.

Второ, определени са етапите на жизнения цикъл на Македония, допълнени с индекса на конкурентоспособността в туризма.

Трето, изследвани и определени са основните конкурентни предимства на Македония като туристическа дестинация спрямо нейните основни конкуренти Албания, България и Сърбия.

Четвърто, въз основа на проведени авторски проучвания (количествени и качествени) са изведени основните препоръки за повишаване ефективността на маркетинговите усилия за повишаване конкурентоспособността на Македония.

Не се приемат напълно изведените общо шест приноса в автореферата.

## **6. Критични бележки и препоръки**

В дисертацията се констатира и някои недостатъци, които дават основание да бъдат направени следните критични бележки:

**Първо**, липсва ясно дефинирана методика от показатели и критерии за оценка на ефективността, като резултатите в следствие на проведените проучвания отразяват обективно моментното състояние. Това се констатира и при представения сравнителен анализ на конкурентните на Македония дестинации, като се използват несистематизирани вторични данни.

**Второ**, остават доста неубедителни връзките и зависимостите между ефективността на маркетинговите усилия и конкурентоспособността, особено на национално ниво. Обосновката за институционализирането на агенция, отговорна за провежданите маркетингови кампании, не изчерпват до край въпроса за ефективността на маркетинга на ниво дестинация. Не са използвани утвърдени в маркетингови метрики за извеждане на ефективността, което би повишило качествата на труда.

Посочените критични бележки **не намаляват значимостта** на дисертационния труд, като докторант Деянт Галовски, показва задълбочени познания за маркетинговата политика и развитие на туризма в Македония, спрямо нейните основни конкуренти. Въпреки, че не е посочено изрично, постигнатите изводи и препоръки са значими и биха били полезни за провеждането на адекватна

маркетингова политика на национално ниво и предприемане на управленски мерки за повишаване конкурентоспособността, предприемачеството и подпомагане развитието на туризма в Македония.

### **7. Въпроси по дисертационния труд.**

Имам следните уточняващи въпроси към докторант Деян Галовски:

Каква е ролята на институционалната среда за провежданата маркетингова туристическа политика на ниво дестинация? Може ли Агенция за насърчване и подпомагане на туризма да се приеме за свързващо звено т.нар. DMO (Destination management organization) или организации за управлението на дестинацията? Аргументирайте се.

В контекста на проведените от Вас проучвания, кои са ключовите за индикатори за ефективността на маркетинга, имащи пряко влияние за конкурентоспособността на дестинацията?

### **8. Автореферат, справка за публикациите, свързани с дисертационния труд**

Авторефератът е в обем от 53 (петдесет и трия) страници и кореспондира с основния труд. Представя в синтезиран вид изследваните проблеми, включва обща характеристика на дисертационния труд, кратко изложение, справка за приносите и публикации по темата.

По вид и брой представените публикации, съответстват на обявения в автореферата списък с публикации. Докторант Деян Галовски е представил общо 8 самостоятелни публикации, пряко свързани с тематиката на дисертационния труд. Всички са на английски език, като от тях 3 (три) са в чужбина – Словения, Сърбия и Босня и Херцеговина. Публикациите в България са в рамките на проведени международни конференции, отпечатани в рецензирани научни издания на СУ Св. Климент Охридски, УНСС, МВБУ. Заключение ми е, че по обем представените публикации, отговарят на **количествените и качествените критерии и изискванията** необходими публикации при защита на дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор“.

### **9. Общо заключение**

Предлаганата за рецензиране докторска дисертация обогатява в известна степен науката и преди всичко практиката по отношение на оценката на ефективността на маркетинговата политика на национално ниво за повишаване конкурентоспособността на туристическата дестинация. Получените решения на поставените научни задачи имат изразено практико-приложна стойност за управлението на туристическа дестинация Македония. Увереността ми, че направените изводи и обобщения са лично дело на кандидата са причина да смятам, че **дисертацията отговаря** на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за неговото прилагане и Условиата и реда за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ в СУ „Св. Климент Охридски“.

Гореизложеното ми дава основание да предложа на уважаемите членове на научното жури при СУ „Св. Климент Охридски“ да вземе положително решение ЗА присъждане на образователната и научна степен „доктор“ на Деян Галовски, по професионално направление 3.8 Икономика и управление по отрасли – туризъм).