



СТАНОВИЩЕ

От: проф. д. ик. н. Соня Милева
СУ „Св. Климент Охридски“, Катедра „Икономика и управление по отрасли“, Стопански факултет
Научна специалност 05.02.18, ПН 3.8 Икономика

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по *научна специалност* „Икономика и управление (туризъм)“, професионално направление 3.8. Икономика в УНСС.

Автор на дисертационния труд: Стилияна Димитрова Басманджиева

Тема на дисертационния труд: **МАРКЕТИНГОВО УПРАВЛЕНИЕ НА ЗДРАВНИЯ ТУРИЗЪМ**

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 1020/08.05.2020 на зам. ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

На основание чл. 32 ал. 1 т. 4 и чл. 67 от ЗВО, чл. 7 ал. 3 от ЗРАСРБ, докторантът е зачислен в редовна докторантура съгласно Заповед на Ректора на УНСС № 714/ 06.04.2016 със срок на обучение 3 години и научен ръководител доц. д-р Николай Цонев. В последствие, докторантурата е удължена (заповед № 109/25.01.2019 г.) и трансформирана от редовна в задочна форма (Заповед № 443/22.03.2020 г) и срок на обучение до 22.03.2021 г.

Стилияна Димитрова Басманджиева е родена 07.10.1991г. в Пловдив. Завършва ОКС „бакалвър“ и ОКС „магистър“ - специалност „Икономика на туризма“ в УНСС. Професионалният ѝ опит е в сферата на туризма като администратор хотел, мениджър маркетинг и продажби в туристически агенции. Владее испански и руски език. Докторанта е член на колектива на два научно-изследователски проекта в т.ч. един университетски и един национален към Фонд научни изследвания.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Структурата на дисертацията включва увод, три глави, заключение, използвана литература и приложения (общо 3). Представения за рецензиране дисертационен труд е в обем 278 (двеста седемдесет и осем) страници компютърно набран текст, в т.ч. 20 таблици и 56 фигури. Библиографския

апарат включва 108 източника в т.ч. 67 на български, 41 на английски език; други 11 използваните нормативни документи и 85 интернет ресурси. Допълнително са включени справка с приносите на дисертационния труд както и справка за публикациите на докторанта по темата на дисертационния труд.

Темата на дисертацията може да се приеме за **актуална** в контекста на Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г., ресурсната обезпеченост и потенциал на страната ни да развива здравен туризъм. Основната **цел** на дисертационния труд има практико – приложен характер и е насочена към „усъвършенстване на здравния туризъм в районите с основна и разширена специализация в областта на здравния туризъм” и по-конкретно за туристически район София. За постигането на тази цел докторанта е очертал шест изследователски задачи, разгърнати в три глави на дисертацията.

Предмет на дисертацията е маркетинговото управление на здравния туризъм на макроикономическо равнище, а **обект** - здравния туризъм на България. Формулираната теза в дисертацията граничи с тавтология като е посочено, че „познаването и приложението на маркетинговото управление в здравния туризъм е от съществено значение за повишаване на конкурентоспособността на здравния туризъм и за неговото развитие“. Теза, която трудно може да не бъде потвърдена. Използваната **литература** в изследването е адекватна, актуална и коректно цитирана в текста.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Може да се приеме, че задачите, поставени в изследването, са изпълнени. Налице е балансирана и стройна структура на съдържанието. Подхода е стандартен с преход от общото към частното, като последователно са преминава от общите теоретични постановки за здравния туризъм, маркетинг на здравния туризъм на макро ниво и емпирична част – изследване на „маркетинговото управление на здравния туризъм“. В последната трета глава е налице необоснован преход на пространствено ниво на управление – от национално ниво на район София. Представения модел под формата на Стратегически план за развитие трудно може да бъде съпоставен с макро (национално) ниво на маркетингово управление в т.ч. стратегическите цели, обхват, заинтересованите лица, правно регулиране и т.н. още повече, че остават извън дисертационния труд редица въпроси като потребители, конкуренти и др.

Използваната **методология** е адекватна на проблематиката и е базирана на сравнителен и системен подход; прилагат се анализ, синтез, сравнение, индукция и дедукция, анкетен методи, дълбочинно интервю и други.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Основните приноси на дисертацията имат приложен характер. Дефинирани са общо шест, които не се приемат напълно. По-конкретно става въпрос за изведените първи, втори и четвърти принос. Основните приноси на дисертацията са други, и те не са адекватно отразени. Съществен принос са резултатите от собствените три проучвания и изведената обобщена комплексна оценка на маркетинговото управление на здравния туризъм в България, спрямо

водещи конкурентни дестинации. Подобно проучване на национално ниво не е правено, което прави резултатите релевантни и значима обратна връзка от бизнеса по отношение на здравия туризъм. На второ място като принос се откроява предложението на докторанта за маркетингова продуктова политика за развитие на здравния туризъм в туристически район София и опита да открият значими маркетингови фактори за успех, спрямо останалите туристически райони в страната.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът е представил общо девет публикации, като не всички се приемат тъй като не са пряко свързани с темата на дисертацията. Прави впечатление че една трета от публикациите са в съ-авторство. Не се приемат публикации под № 1,3,6. Останалите шест публикации са под формата на доклади от участие в научни конференции в страната (УНСС, НБУ, СА „Д.А. Ценов“). Всички представени публикации са от периода 2016-2019 г., основно на български език.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът е в обем от 57 страници и кореспондира с основния труд. Представя в синтезиран вид изследваните проблеми, включва обща характеристика на дисертационния труд, кратко изложение, справка за приносите и публикациите по темата.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

В дисертацията се констатира и някои недостатъци, които дават основание да бъдат направени следните критични бележки. Необходимо е прецизиране на целта на дисертацията, тъй като маркетинга като управленски инструмент не може сам по себе си да „усъвършенства“ здравния туризъм особено на дестинационно ниво (туристически район София). Смесват се понятия конкурентоспособност, маркетингово управление, устойчивост, продуктова политика, заинтересовани страни и развитие на туризма.

Налице е необоснован преход на пространствено ниво на управление – от национално ниво на район София. Представения модел под формата на Стратегически план за развитие е по-скоро маркетингова продуктова политика. Основание за това ми дава, липсата на такива съществени елементи като кадрова осигуреност за здравен туризъм, профил на потенциалните турист, целеви сегменти, емитивни пазари и конкуренти, което хвърля сянка върху претенциите за ефективно маркетингово управление и стратегически развитие на здравния туризъм. По отношение на комплексната оценка, не става ясно защо са избрани лидери на пазара на здравия туризъм като Индия и Тайланд, които не се преки конкуренти на България, и се изключват водещи европейски дестинации, които имат традиции и завидни резултати в здравния туризъм като например Унгария. Като препоръка бих посочила, че докторанта е добре да се ориентира към основните първоизточници на цитираните текстове в дисертацията.

Имам допълнителни уточняващи въпроси. Всички изследвания и изводи

за здравния туризъм сочат, че заинтересованите страни очакват осезаема държавна намеса. В контекста на маркетинговото управление на здравния туризъм какви трябва да бъдат тези стимули на оперативно ниво? Какъв трябва да бъде модела за развитие на здравния туризъм, отчитайки преките конкуренти на страната и потенциалния профил на потребителите конкретно за туристически район София?

8. Заключение

Дисертационният труд на Силияна Димитрова Басманджиева на тема „МАРКЕТИНГОВО УПРАВЛЕНИЕ НА ЗДРАВНИЯ ТУРИЗЪМ“ отговаря на основните законови и нормативни изисквания за присъждане на образователната и научна степен “доктор”. Независимо от критичните бележки и препоръки, всичко гореизложено ми дава основание да гласувам **„ЗА“** присъждането на образователната и научна степен “доктор” на Силияна Димитрова Басманджиева в ПН 3.8 Икономика.

28.05.2020 г.
Гр. София

Подпис:
Проф. д. ик. н. Соня Милева