



## **СТАНОВИЩЕ**

От: **проф. д-р Марияна Върбанова Божидарова**  
*Стопанска академия „Д. А. Ценов” - Свищов*  
*научна специалност Икономика и управление*

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност “Икономика и управление (туризъм)” в УНСС

Автор на дисертационния труд: **Ралица Георгиева Гроздева**  
Тема на дисертационния труд: **Маркетингово управление на водещите туристически брандове с цел повишаване на конкурентоспособността на дестинациите**

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд, съгласно Заповед №502/01.03.2023 г. на Зам.-ректора по НИДМС на УНСС

### **1. Информация за докторанта**

Докторантката Ралица Георгиева Гроздева се е обучавала по докторска програма към катедра „Икономика на туризма” при факултет „Икономика на инфраструктурата“ в УНСС по научната специалност Икономика и управление (туризъм), съгласно Заповед на Ректора на УНСС №755/20.03.2018г. Обучението е осъществено в редовна и задочна форма, в периода 2018-2023 г.

Висшето си образование Ралица Гроздева е завършила в УНСС - София, специалност “Икономика на индустрията”, ОКС “бакалавър” (2000-2005г.) и ОКС „магистър“ (2009-2012г.) по магистърска програма „Международен туризъм“ в Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов.

Ралица Гроздева има богат практически опит, придобит от работата ѝ като зам.-изпълнителен директор в ИА Военни клубове и военно почивно дело към Министерството на отбраната на Р България (от 2021г.-досега), консултант в областта на управлението, маркетинга и продажбите на туристически обекти (от 2016г.-досега), мениджър Маркетинг и продажби в СПА хотел Персенк 5\*, гр. Девин (2012-2016 г.), управител на туристическа агенция “ХИТ ТРАВЕЛ” (2014.-2016 г.) и други.

## 2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертацията представлява стройно, логическо и задълбочено изследване, което се състои от 260 страници основен текст, сполучливо подкрепени с графичен, табличен и обработен по подходящ начин емпиричен материал.

Дисертационният труд се отличава с *класическа и балансирана структура*, съставена от увод, три глави, заключение и списък на използваната литература. Разработката е нагледно илюстрирана посредством 23 таблици, 59 фигури и 7 туристически карти, и съдържа 4 броя (31 стр.) приложения.

Преценката ми е, че *темата* на дисертационния труд се отличава с актуалност, практическа значимост и дисертабилност. Тя се обуславя от засилената конкуренция между дестинациите на международния туристически пазар, което налага прилагането на модерни, адекватни маркетингови стратегии и инструменти на дестинациите, каквато е брендирането, с цел повишаване конкурентоспособността им. Въпросът за бранда и брендирането на туристическа дестинация България е изключително актуален. Дисертационният труд изследва именно маркетинговото управление на водещите туристически брандове с цел повишаване конкурентоспособността на дестинациите, като емпирично е изследван Бургаски черноморски туристически район. По мое мнение, това е първото у нас мащабно научно-приложно изследване по тази конкретна проблематика, което безспорно го прави оригинално.

Трябва да се подчертае, че за разработването на избраната тема са необходими задълбочена теоретична подготовка и добри аналитични способности.

*Основната цел* на дисертационния труд е “да докаже, че маркетинговото управление на бранда води до повишаване конкурентоспособността на туристическата дестинация, посредством обобщаване и систематизиране на съществуващите теоретични постановки и да се изследва конкурентоспособността на равнище туристически район, като се формулират научнообосновани начини за нейното повишаване.” За постигане на целта са дефинирани *6 изследователски задачи*, които кореспондират с поставената цел на изследването.

*Обект* на изследване е конкурентоспособността на туристическите дестинации и в частност на Бургаски черноморски район.

*Предмет* на изследване е брендингът като процес, осигуряващ инструментариум, методики и стратегии за повишаване конкурентоспособността на туристическите дестинации и в частност на Бургаски черноморски район.

*Изследователската теза* е, че “брендирането е процес на популяризиране на място с помощта на предаване на селективни изображения на конкретни географски местоположения или области на целева аудитория с цел повишаване конкурентоспособността на туристическите дестинации.” Във връзка с нея са изследвани пет работни хипотези.

Считам, че целта, задачите и изследователска теза на разработката, като цяло, са добре формулирани, а обектът и предметът са ясно очертани.

При разработването на дисертационния труд е използван набор от научноизследователски *подходи и методи*, като: индуктивен и дедуктивен, анализ и синтез, исторически метод, сравнителен анализ, SWOT анализ, обработка и анализ на статистическа информация (SPSS), анкетен метод и интервю.

В дисертационния си труд авторът демонстрира умения за умело боравене с научни понятия, стремеж към критичен анализ на научни съждения и придържане към научен стил на изложението.

Като цяло, правилно са маркирани някои ограничителни условия на изследването. Използваните литературни източници добросъвестно са посочени.

Използваната *литература* е поместена в списък от 200 заглавия на български (85 бр.) и английски език (115 бр.), и 22 интернет адреса, който свидетелства за задълбочената информираност на докторантката относно изследванията на конкретния разискван проблем както от български, така и от множество чуждестранни автори. Литературните източници са анализирани и обобщени по необходимия за дисертационно изследване начин.

### **3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

Структурирането и съдържанието на изследването намирам за логично и последователно. Авторът демонстрира умения да систематизира, анализира и обобщава значителен по обем идеен и фактически материал за целите на своето изследване. Набраните емпирични данни не просто са представени, а обработени чрез съвременни методи.

Достатъчно ясно и аргументирано докт. Ралица Гроздева постига основната си изследователска цел и решава поставените изследователски задачи. По този начин тя доказва изследователската си теза и поставените хипотези.

По отношение на постигнатите научни и научно-приложни резултати може да се обобщи, че е налице своеобразен изследователски подход, избран от докторантката, и успешно приложен за постигане на реални резултати при написването на дисертационния труд. Доказателства за наличието на тези резултати, освен в цялостната постройка на дисертацията, има обобщени и синтезирани в заключението. Изследвана е теоретичната рамка на бранда като маркетингова концепция, като се акцентира върху стратегиите и моделите за бранд и превръщането на дестинацията в бранд. Обосновано е брандирането като фактор за конкурентоспособността на туристическата дестинация и е предложен интегрален модел за ефективността на туристическа дестинация, който да се използва за изследване на нейната конкурентоспособност. Извършени са анализ и оценка на брандинга на Бургаски черноморски туристически район като туристическа дестинация, въз основа на които са

направени научнообосновани изводи и препоръки за популяризиране на района на туристическия пазар, като се отчита прилаганият набор от инструменти за дестинация.

В дисертационния труд на докт. Ралица Гроздева няма доказано плагиатство по законоустановения ред.

#### **4. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Предложеният за оценка дисертационен труд притежава доказателства за научно-приложни резултати, представени като решения по изследваните проблеми. Изведените в автореферата научни и научно-приложни приноси отговарят на действителните приноси моменти в дисертационния труд. Те са лично дело на докторантката и аз ги приемам.

В обобщение, приносните моменти в дисертационния труд, според мен, са свързани с обогатяване на съществуващите знания, приложение на научните постижения в практиката и нейното усъвършенстване.

#### **5. Оценка на публикациите по дисертацията**

Представеният списък с публикации включва 9 самостоятелни научни доклади, свързани с темата на дисертационния труд. Това е доказателство, че някои части от труда са станали обществено достояние и са получили научна оценка. Общият брой точки, които формират тези публикации, а именно – 90 т., надхвърля минималните национални изисквания от 30 точки за придобиване на ОНС “доктор”.

#### **6. Оценка на автореферата**

Разискваните в дисертационния труд основни аспекти намират място в представения автореферат. Неговото съдържание кореспондира с основния труд, като представя в синтезиран вид изследвания проблем. Авторефератът е съставен от шест части, които включват: обща характеристика; структура и съдържание; синтезирано изложение; справка за приносите; списък на публикации по дисертационния труд и декларация за оригиналност на дисертационния труд. Приемам за техническа грешка еднаквата номерация (IV) на разделите за приносите и публикациите по дисертационния труд.

#### **7. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Нямам съществени критични бележки и препоръки към докторантката.

Интересната проблематика, разисквана в дисертационния труд, поражда някои въпроси. Бих желала докторантката да отговори на следния *въпрос*: Каква е релацията „брандиране – позициониране“, респ. „ребрандиране – репозициониране“ на туристическата дестинация?

## **8. Заключение**

Дисертационният труд се характеризира с оригиналност на изследването. Той представлява определен принос както към теорията, така и към туристическата практика и отговаря на необходимите изисквания за разработване и написване, съгласно ЗРАСРБ и Правилника за неговото прилагане. Това ми дава основание да предложа на почитаемото Научно жури да вземе **положително решение** за присъждане на **ОНС “доктор”** в професионално направление 3.8 Икономика, по научната специалност “Икономика и управление (туризъм)” на **Ралица Георгиева Гроздева**, за което аз ще гласувам с “**ДА**”.

12.04.2023 г.

Изготвил: .....  
/проф. д-р Марияна Божинова/