



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО
СТОПАНСТВО
UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD
ECONOMY



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ ВАРНА

Ex. № РД20-153 | 13.02.2020 г.

РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд

за придобиване на образователна и научна степен „доктор”,
по обявена процедура от Икономически университет – Варна

1. Обща информация

Изготвил рецензиията: проф. д-р Таня Петрова Парушева

УНСС – София, катедра „Икономика на туризма”

Област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни науки”

Професионално направление 3.8. „Икономика”

Научна специалност „Икономика и управление (глобализация в туризма)”

Основание за написване на рецензиията: Заповед № РД-06-281/05.02.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за назначаване на Научно жури и решение от първото заседание на Научното жури на 06.02.2020 г.

Автор на дисертационния труд: Христина Пламенова Филипова – редовен докторант в катедра „Икономика и организация на туризма” при Икономически университет – Варна

Тема на дисертационния труд: „Маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите”

Научен ръководител: проф. д-р Стоян Петков Маринов

2. Данни за докторанта

Христина Филипова завърши Икономически университет – Варна, ОКС „Бакалавър”, специалност „МИО” (2011 г.). Последователно придобива ОКС „Магистър” по две специалности: „Мениджмънт-Маркетинг, сделки и комуникации” (2012 г.) и „Икономика и мениджмънт на вкуса и лукса (research)”, (2013 г.) в Université de Reims Champagne-Ardenne, Реймс, Франция.

Професионалното й развитие започва като мениджър международни клиенти във Френч Ванила ЕООД, Варна (2010 – 2011 г.). Продължава работа като маркетингов асистент в La Reine de Saba, Реймс, Франция (2012 г.) и офис мениджър в

Интернешънъл Адмишън Сървизис, Варна (2015 – 2017 г.). От март 2016 г. до момента е собственик, мениджър в Инфинити Ескейп ООД, Варна.

Преподавала е „Ресторантърство” и „Анимация” (от 2014 г.). Водила е упражнения по „Въведение в туризма”, „Управление на човешките ресурси в туризма”, „Маркетингови комуникации в туризма”, „Социална психология в туризма”, „International Political Economy”. В ЦПО „Знание и бизнес”, Варна е водила упражнения по „Ресторантърство”. Взела е участие в 4 научноизследователски проекта. Има проведени обмени по програма „Еразъм +” в Université du Littoral-côte-d'opale, Дюнкерк, Франция (2008 – 2009 г.) и Université d'Orléans, Орлеан, Франция (2018 г.). Владее френски, английски и японски език.

Христина Филипова е зачислена в **редовна докторантурата** със заповед № РД-17-95/18.01.2017 г. на Ректора на Икономически университет – Варна в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки”, професионално направление 3.9. „Туризъм”, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)”, докторска програма „Икономика и управление (туризъм)” към катедра „Икономика и организация на туризма”, за срок от **3 (три) години**, считано от 01.02.2017 г. – 01.02.2020 г.

Завършила работата, предвидена в индивидуалния план. Успешно полага **докторантските изпити**, както следва:

- Методология на научните изследвания – Отличен (6.00);
- Френски език – Отличен (6.00);
- Туристически пазари, цени и конюнктура – Отличен (6.00);
- Теория на управлението – Мн. добър (5.25).

По време на обучението си като докторант, Христина Филипова е атестирана с **положителна оценка**. Дисертационният труд е обсъден на Катедрен съвет на катедра „Икономика и организация на туризма”, Протокол № 6/27.01.2020 г. Отчислена е с право на защита със заповед № РД 17-238/31.01.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна, считано от 03.02.2020 г.

Открита е процедура за защита пред Научно жури, в съответствие с чл. 31, ал. 1 и ал. 2 от Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна.

3. Общо представяне на дисертационния труд

Представеният за рецензиране дисертационен труд на докторант Христина Пламенова Филипова, авторефератът и научните публикации, свързани с

дисертационния труд са резултат от самостоятелно научно изследване. Аргументирано и убедително са откроени **актуалността и значимостта** на изследваната проблематика. Откроена е ролята на културната идентичност в глобалната общност. Посочени са актуалните аспекти, които налагат комплексно изследване на потребителското поведение на туристите при покупка на сувенири под въздействието на културния фактор.

Правилно са разграничени **обектът** на изследване – „предлагането на сувенири в дестинация Варна и ТИЦ Варна” и **предметът** на изследване – „изготвянето на маркетингови стратегии за продажбата на сувенири спрямо културните различия на туристите”. **Основната цел** е ясно и точно дефинирана: „чрез анализ на влиянието на културните различия върху потребителското поведение на френските и българските туристи спрямо предлагането на сувенири, да се формулират адекватни за всеки сегмент маркетингови стратегии за предлагането на тези продукти в рамките на ТИЦ Варна”. Постигането на целта е осъществено чрез решаването на **6 конкретни изследователски задачи**.

Подходящо е формулирана **изследователската теза**: „съществуват културни различия в потребителското поведение на българските и френските туристи при покупка на сувенири, които различия обуславят специфични по национални сегменти маркетингови стратегии за продажбата на сувенири в ТИЦ на дестинацията”. Правилно са дефинирани **3 работни хипотези**.

Изследователският инструментариум включва използването на съвкупност от **изследователски методи и подходи**: системен подход, теоретичен анализ и синтез, сравнителен анализ, метод на индукция и дедукция, исторически метод, метод на теренното проучване, метод на наблюдение, статистически и дескриптивни методи, анкетно проучване, метод на дълбочинното интервю, метод на експертните оценки. **Ограниченията**, съпътстващи дисертационния труд, са географски – само до предлагането на сувенири на територията на гр. Варна; национални – само до търсенето на сувенири от страна на френските и българските туристи и времеви – за периодите на провеждане на различните емпирични изследвания.

Проблемите при разработването на дисертационния труд са липсата на статистическа информация, свързана с предлагането на сувенири на територията на цялата страна, включително и в дестинация Варна, и на специализирана научна литература по с разглежданата проблематика. Използвани са разнообразни **източници на информационно осигуряване**, в т.ч. монографии и научни трудове на български и

чуждестранни автори, специализирани издания на стопански и туристически организации, изследователски агенции и консултантски компании, законови и нормативни актове в областта на туризма, статистически справочници на регионални, държавни и международни организации, дисертации, студии, статии от списания, научни доклади от конференции, информация от специализирани интернет сайтове, теренни проучвания, дълбочинни интервюта и анкетно проучване.

Дисертационният труд отговаря на изискванията на чл. 27, ал. 2 от Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България.

4. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Дисертационният труд е в обем от 222 страници. В основния текст са илюстрирани 58 таблици и 36 фигури. Структурата на дисертационния труд е издържана в духа на добре обоснована логика, последователност и връзка между третираните проблеми. Състои се от увод (8 стр.), изложение в три глави (210 стр.), заключение (4 стр.), списък на използваните литературни източници (7 стр.) и 11 приложения (22 стр.). Библиографският апарат включва 156 заглавия, от които 120 литературни източници и 36 специализирани интернет сайта.

Докторант Христина Филипова добре познава тезите и концепциите на утвърдени автори по изследваните проблеми, и успешно ги интерпретира. Литературните източници са ползвани добросъвестно и коректно.

Стилът на дисертационния труд е стегнат и точен. Текстът е написан на научен език. Съдържанието на дисертационния труд свидетелства, че докторант Христина Филипова е реализирала задълбочено научно изследване и много добро практическо доказателство на авторовите цел и задачи.

В увода е представена логическата рамка на изложението. Обоснована е необходимостта от маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите.

В първа глава на дисертационния труд „Маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културния фактор“ е разгледано потребителското поведение на туристите. Анализирани са факторите, които влияят на процеса на вземане на решение за туристическо потребление. Откроени са особеностите на туристическото потребление при предлагане на сувенири. Разработени са маркетингови стратегии за предлагане на сувенири в туризма.

Във втора глава на дисертационния труд „**Анализ на предлагането и търсенето на сувенири съобразно културните различия на българските и френските туристи в рамките на дестинация Варна**“ е направена характеристика на туристическото търсене към дестинация Варна. Дискутирано е предлагането на туристически сувенири в дестинация Варна. Извършена е задълбочена оценка на търсенето на туристически сувенири съобразно културните различия на туристите.

В трета глава на дисертационния труд „**Насоки за формулиране на маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите в дестинация Варна**“ са изследвани тенденциите в търсенето и предлагането на туристически сувенири. Направена е оценка на предлагането на сувенири в дестинация Варна на примера на ТИЦ Варна. Посочени са предпоставки за разработване на стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните особености на туристите. Формулирани са маркетингови стратегии за предлагане на сувенири в дестинация Варна.

В **заключението** са обобщени основните анализи и изводи относно маркетинговите стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите.

Откроените научни и научно-приложни резултати представляват оригинален принос в науката. Те дават основание за извода, че целта на дисертационния труд е **постигната**, а изследователските задачи са **изпълнени**. Изследователската теза и хипотезите са **доказани**.

По структура и съдържание, дисертационният труд съответства на изискванията на чл. 34, ал. 2 и ал. 3 от Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна.

4. 1. Оценка на автореферата на дисертационния труд

Авторефератът е в обем от 49 страници. Той коректно кореспондира с дисертационния труд и достоверно представя в синтезиран вид изследваните проблеми. Съставен е от 5 части, които включват: 1). обща характеристика на дисертационния труд; 2). структура и съдържание на дисертационния труд; 3). кратко изложение на дисертационния труд; 4). справка за научните и научно-приложните приноси в дисертационния труд; 5). списък на публикациите по темата на дисертационния труд.

5. Идентифициране и оценяване на научните и научно-приложните приноси в дисертационния труд

Докторант Христина Филипова правилно е формулирала приносите в дисертационния труд. Представената справка за приносите оценяваме като коректна и реално отразяваща постигнатите резултати.

По наше мнение, в дисертационния труд ясно се отклояват **научни и научно-приложни приноси**, които могат да бъдат обобщени, както следва:

Научни приноси

Първо – систематизирани са в хронологичен ред моделите на потребителско поведение на туристите, както и групите фактори, които влияят върху процеса на вземане на решения за покупка.

Второ – допълнена е теорията чрез авторова дефиниция на понятието „култура”, анализирано е моделирането на потребителското поведение под влияние на културния фактор.

Трето – обогатена е теорията, чрез авторова дефиниция на понятието „сувенир”, систематизирани са класификациите на сувенирите, изведени са техните характеристики и особености, и е определена ролята им за туристическото предлагане.

Четвърто – съставен е концептуален модел за изготвяне на маркетингови стратегии за продажба на сувенири, базиращи се на културния фактор.

Научно-приложни приноси

Пето – извършено е емпирично проучване на предлагането на сувенири в дестинация Варна и ТИЦ Варна.

Шесто – направено е емпирично изследване и оценка на различията в потребителското поведение на български и френски туристи в дестинация Варна спрямо предлагането на сувенири, на база на влиянието на културния фактор.

Седмо – систематизирани са тенденции и добри практики на съвременното предлагане на сувенири.

Осмо – аргументирани са и формулирани маркетингови стратегии в ТИЦ Варна за предлагане на сувенири на различни по националност целеви сегменти, в частност на български и френски туристи.

6. Публикации и участие в научни форуми

Докторант Христина Филипова има **4 научни публикации**, пряко свързани с темата на дисертационния труд – **2 статии** (19 стр.) и **2 научни доклада** (14 стр.). Общийят им обем възлиза на **33 печатни страници**. Първата статия е публикувана в *Tourism and Intercultural Communication and Innovations*, UK, на *английски език*; втората

– в Izvestia, Journal of the Union of Scientists – Varna, на *английски език*, реферирана и индексирана в RePEc и CEEOL.

Докладите са отпечатани в сборници от участие в следните научни форуми: Юбилейна научна сесия „Туризъм, иновации, стратегии”, 50 години от създаването на Колеж по туризъм към Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, на *английски език* и International Scientific Conference “Contemporary Tourism – Traditions and Innovations”, Sofia University “St. Kliment Ohridski”, на *английски език*.

Публикациите на докторант Христина Филипова са **представителни** и осигуряват достатъчно **разпространение на резултатите** от изследването сред академичната общност и заинтересованите среди от туристическия бизнес. *Научната продукция, посветена на третираната проблематика превишава количествените изисквания за необходими публикации при защита на дисертационен труд за придобиване на ОНС „доктор”, съгласно чл. 35, ал. 1, т. 4 от Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна.*

7. Критични бележки и препоръки

Към автора може да бъде отправена бележка, която би подобрila общото представяне на разработката.

1. В дисертационния труд да се наблегне още повече върху универсалния характер и приложимост на резултатите от изследванията и подробните маркетингови стратегии за предлагане на сувенири.

Препоръчвам в бъдещата си научноизследователска работа докторант Христина Филипова да продължи изследванията в избраната научна област, като се ориентира и към други сегменти и дестинации, с цел изготвяне на национален информационен гид за сувенири.

Посочените бележка и препоръка не намаляват достойнствата на изследването и не влияят върху общата положителна оценка на дисертационния труд, като самостоятелно изследване с безспорни научно-приложни приноси.

8. Въпроси към докторанта

Изследваната проблематика поражда следните въпроси за достойна защита:

1. Какви са ползите за местните занаятчии, ако предлагат сувенирите си чрез ТИЦ Варна?
2. Какво влияние оказват технологичните иновации и електронната търговия върху предлагането на ръчно изработените, местни сувенири?

9. Заключение

С убеденост давам **положителна оценка** на дисертационния труд на тема „Маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите”. Потвърждавам, че той изцяло **съответства на изискванията** на ЗРАС в Република България, Правилника за неговото прилагане и Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна.

Дисертационният труд е **научноприложно решение** на реален практически проблем с обществена значимост. Докторантът притежава задълбочени теоретични знания по специалност „Икономика и управление (туризъм)” и способности за провеждане на самостоятелни научни изследвания.

Предлагам на уважащите членове на Научното жури да вземат **решение „ЗА”** присъждането на **образователна и научна степен „доктор”** в област на висшето образование 3. „**Социални, стопански и правни науки**”, професионално направление **3.9. „Туризъм”**, научна специалност „**Икономика и управление (туризъм)**” на **ХРИСТИНА ПЛАМЕНОВА ФИЛИПОВА** – редовен докторант в катедра „Икономика и организация на туризма” към факултет „Управление” при Икономически университет – Варна.

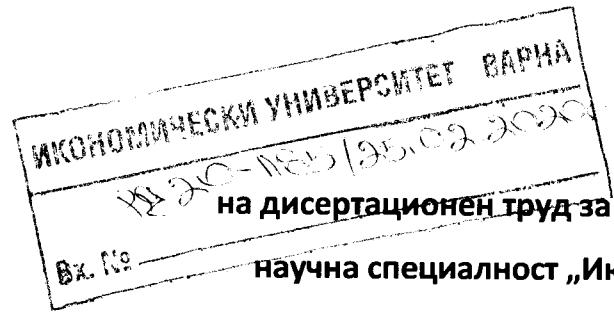
София,

13.02.2020 г.

РЕЦЕНЗЕНТ:

(M)

(проф. д-р Таня Парушева)



РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд за придобиване на ОНС „доктор“ по ПН 3.9 „Туризъм“,
научна специалност „Икономика и управление (Туризъм)“ по процедура,

обявена от Икономически университет – Варна

1. Обща информация

Изготвил рецензиата: доц. д-р Георгина Луканова

Основание за написване на рецензиата: заповед на Ректора на ИУ-Варна РД-06-281 от 05.02.2020 г. и решение на заседание на Научното жури от 06.02.2020 г.

Автор на дисертационния труд: редовен докторант Христина Пламенова Филипова с научен ръководител проф. д-р Стоян Маринов.

Тема на дисертационния труд: „Маркетингови стратегии за предлагане на сувенири, съобразно културните различия на туристите“.

2. Дани за дисертанта

Христина Пламенова Филипова завършва средно образование в IV ЕГ, гр. Варна през 2007 г. Бакалавърска степен придобива от ИУ-Варна през 2011 г. по специалност Международни икономически отношения. В периода 2011 г. – 2013 г. придобива две магистърски степени в Université de Reims Champagne-Ardenne, гр. Реймс, Франция по специалностите Мениджмънт- Маркетинг, сделки и комуникации и Икономика и Мениджмънт на вкуса и лукса (Research). От 2017 г. Христина Филипова се обучава като редовен докторант към катедра ИОТ, ИУ-Варна по ДП „Икономика и управление (Туризъм)“. По време на обучението си като докторант тя осъществява една от трите докторантски мобилности в историята на докторската програма в Université d'Orléans, Орлеан, Франция през м. март – юни, 2018 г.

Освен отличното владеене на френски език, Христина Филипова притежава сертификат за висока степен на владеене на английски, както и допълнителна

квалификация по японски език. Езиковите познания и умения позволяват на докторантката свободно ползване на чуждестранна специализирана научна литература и комуникации, което се отразява и върху качествата на дисертационния труд.

Трудовият стаж на Христина Филипова е в областта на маркетинга и услугите. Собственик и мениджър е на компания за маркетингови и развлекателни услуги и продукти. Има опит в комуникациите с международни клиенти и провеждането на маркетингови кампании, който опит тя придобива при работата си последователно в три фирми, едната от които е френска, като маркетингов асистент и мениджър. От 2014 г. докторант Филипова е хоноруван преподавател към ИУ-Варна и Колеж по туризъм към ИУ по специализирани дисциплини като Ресторантърство, Анимация, Въведение в туризма, Маркетингови комуникации в туризма, Управление на човешките ресурси в туризма, Социална психология в туризма и International Political Economy (на английски). Също така води занятия по Ресторантърство в център за професионално обучение.

През 2017 г. докторант Христина Филипова е зачислена към катедра „Икономика и организация на туризма“ като редовен докторант за срок от три години. Извършва предвидените в индивидуалния докторантски план задачи, полага с успех всички изпити от докторантския минимум и в срок представя своя дисертационен труд за обсъждане в катедра ИОТ. Решението за откриване на процедура по защита е взето на заседание на катедрения колектив от 27.01.2020 г. (Протокол №6) съобразно изискванията на чл. 31, ал. 1 и 2 на Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИУ-Варна. Решенията на катедрата са утвърдени на заседание на ФС на факултет Управление от 30.01.2020 г.

Представените обстоятелства и приложените документи показват, че са спазени изискванията на чл. 34, ал. 1 и чл. 35, ал. 1, 2 и 3 от Правилата на ИУ-Варна и Христина Филипова има право да се яви на защита на своя дисертационен труд.

3. Общо представяне на дисертационния труд

Докторатът е сполучлив опит да се изследват и комбинират различни теоретични и приложни характеристики на потребителското поведение съобразно културните различия на туристите. Проблематиката, на която е посветен дисертационния труд безспорно е актуална и значима, в контекста на влиянието на културната идентичност върху потребителското поведение към стоки и услуги, включително и към сувенирите в туризма. Значението на дисертационния труд нараства и поради обстоятелството, че българските публикации по разглежданата тематика са изключително малко на брой и фрагментарни по съдържание. В представеното изследване докторант Христина Филипова е успяла да предложи теоретично знание, умело използвано за практико-приложни решения.

Дисертационният труд е в обем от 222 страници. Структурата на разработката е прецизна и балансирана. Състои се от увод (8 с.), изложение в три глави (гл. I – 70 с., гл. II, гл. – 77 с., гл. III – 64 с., общо 210 с.), заключение (4 с.), списък с използваните източници (7 с.) и 11 приложения. Съществена съдържателна част от основния текст са 58 таблици и 36 фигури.

Библиографският апарат включва 156 заглавия, от които 18 на кирилица (български), 101 на латиница (от тях 78 на английски език, 23 на френски език) и 36 са интернет източници. Литературните източници са цитирани коректно и са подходящо подбрани съобразно изследваната тематика.

В увода с логични аргументи е обоснована **актуалността** на темата, свързана с нарастващото значение на културния фактор върху потребителското поведение в туризма и ролята му за ефективно приложение на маркетингови стратегии за предлагане на сувенири.

Солучливо са разграничени **обектът и предметът** на изследването. За обект на анализ е избрано предлагането на сувенири в дестинация Варна и ТИЦ Варна. Предмет на изследването е изготвянето на маркетингови стратегии за продажбата на сувенири спрямо културните различия на туристите. В съответствие с тях докторантката ясно конкретизира научноизследователската цел: „чрез анализ на влиянието на културните различия върху потребителското поведение на френските и българските туристите спрямо предлагането на сувенири, да се формулират адекватни за всеки сегмент маркетингови стратегии за предлагането на тези продукти в рамките на ТИЦ Варна“ като за постигането ѝ са определени шест подробни, правилно и ясно формулирани научно-изследователски задачи.

Подходящо е конструирана изследователската **теза** на автора – „Съществуват културни различия в потребителското поведение на българските и френските туристи при покупка на сувенири, които различия обуславят специфични по национални сегменти маркетингови стратегии за продажбата на сувенири в ТИЦ на дестинацията“. Доказването на тезата се реализира чрез обвързаните с нея три **работни хипотези**.

Изследователският инструментариум е разнообразен. Подбрани са подходящи и приложими изследователски методи. **Стилът** на изложението е стегнат и точен, използван е разбираем научен език.

4. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Структурата на научната разработка съответства на поставената цел и изследователските задачи и следва логиката на методологическата рамка за анализ на предлагането и търсенето на сувенири съобразно културните различия на туристите, позволявайки систематичност и изчерпателност на анализа.

В **първа глава** се отделя необходимото внимание на същността на ключови категории, свързани с маркетинговите стратегии за предлагане на сувенири. На базата на основните теоретични постановки е представен авторов модел за

разработване на маркетингови стратегии за предлагане на сувенири. Този модел има приносен характер и демонстрира способност за разработване на методологични рамки на базата на интерпретация на съществуващи теоретични постановки.

Втора глава е посветена на анализа и оценката на предлагането и търсенето на сувенири в рамките на дестинация Варна. Съдържа много добре коментирани текстове, които представят резултатите от теренни проучвания, серия дълбочинни интервюта и самостоятелно анкетно проучване. За систематизиране и обобщаване на резултатите от дълбочинните интервюта много удачно е извършен контент анализ с програмата *Atlas.ti*, а за обобщаваща интегрална оценка на търсенето на туристически сувенири анкетите са обработени и анализирани с *SPSS*. В разработката много аргументирано и в съответствие с изведенния модел се обосновават методическите стъпки и конкретния инструментариум, чрез който се осигурява оценката на предлагането и търсенето на сувенири, съобразно културните различия на туристите. На базата на получените резултати са направени изводи, които дават основа за формулиране на маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите.

В трета глава се систематизират тенденциите в съвременното търсене и предлагане на сувенири. Конкретизирани са предпоставките за разработване на стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните особености на туристите. В съответствие с тях докторанта аргументирано разкрива насоките за формулиране на маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите в дестинация Варна. Много доброто познаване на проблематиката и прецизната логическа връзка между теоретичните разсъждения и изводите от проведеното емпирично проучване позволява на дисертанта да обоснове изведените насоки за действие и формулираните препоръки.

Заключението обобщава изпълнението на изследователските задачи и подчертава приносните моменти на научната разработка.

По наша преценка структурата и съдържанието на дисертационния труд напълно кореспондират с поставената научно изследователска цел и задачи. Постигнати са добра логическа последователност и баланс на отделните структурни елементи. Прави впечатление способността на дисертанта да поддържа много добра логическа обвързаност между целеполагане, изследователска методика, интерпретиране на резултати, обобщаване на изводи и синтезиране на практически решения.

Можем да обобщим, че освен задълбочени и обхватни теоретични анализи дисертационният труд съдържа и конкретни резултати и емпирични доказателства, които обективно отразяват реалните постижения на проведеното научно изследване. Подробната и систематизирана интерпретация на получените резултати дава възможност на дисертанта за точни и ясни обобщени изводи, които произтичат от изследването, както и за препоръки с практическа значимост.

Авторефератът отразява адекватно съдържанието на представения за рецензиране труд. Включена е обща характеристика на дисертационния труд, последователно са представени неговата структура и съдържанието на отделните части на изложението.

5. Научни и научно-приложни приноси

В дисертационния труд на Христина Филипова могат да се открайт и систематизират следните научни и научно-приложни приноси:

- Тематиката на изследването е неразработвана в националните проучвания както в теоретичен, така и в приложен план.
- Оценявам като постижение и теоретичен принос на дисертанта авторовите дефиниции на понятията „култура“ и „сувенир“.

- Приемам за теоретичен принос на автора предложения концептуален модел за формиране на маркетингови стратегии за продажба на сувенири, съобразно културните различия.

- Като постижение с научно-приложен характер оценявам предложените методика и инструментариум за изследване на различията в потребителското поведение на туристите.

- Направена е точна оценка с научно-приложно значение на различията в потребителското поведение на български и френски туристи в дестинация Варна спрямо предлагането на сувенири.

- Принос с научно-приложен характер е изведенния комплекс от маркетингови стратегии за предлагане на сувенири на различни по националност целеви сегменти.

6. Публикации по дисертацията

Докторант Христина Филипова е представила списък с четири публикации по дисертацията, в т. ч. 2 научни статии и 2 доклада. Всичките са на английски език. По наша преценка публикациите са тясно свързани с тематиката на дисертационния труд, в голяма степен отразяват съществени негови части и му придават публичност.

7. Критични бележки и препоръки

В представения за рецензиране дисертационен труд на докторант Христина Филипова съществени теоретични, логични, методични и стилови грешки не са констатирани. Допуснати са някои, присъщи на подобен род разработки неточности при обвързване на текст и графично изображение, описание, смесване на теоретични и аналитични елементи и др. под. Препоръчвам предложените от автора идеи за нестандартни и иновативни сувенири в глава трета да бъдат представени пред Камарата на занаятчиите и ТИЦ Варна с цел бъдеща реализация. Посочените неточности ни най-малко не намаляват изведените в рецензията достойнства на труда и съдържащите се в него научни и научно-приложни приноси на автора.

8. Въпроси към докторанта

В дисертационния труд е посочено, че има търсене и към кулинарни сувенири, но предлагането им е силно ограничено. Какъв кулинарен сувенир, свързан със спецификата на дестинация Варна, бихте предложили?

9. Заключение

Представеният от докторант Христина Пламенова Филипова дисертационен труд на тема „Маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите“ представлява напълно завършено самостоятелно изследване, което притежава всички, задължителни за подобен род разработки, атрибути. На база направената цялостна преценка в настоящата рецензия считам, че са изпълнени количествените и качествените изисквания на Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономическия университет - Варна.

Като се основавам на **положителната оценка** на дисертационния труд, както и на научните достижения на докторанта, с пълна убеденост предлагам на уважаемите членове на Научното жури да присъдим на докторант Христина Пламенова Филипова образователната и научна степен „доктор“ по ПН 3.9 „Туризъм“, научна специалност „Икономика и управление (Туризъм)“.

25.02.2020 г.

Варна

Рецензент:

(доц. д-р Георгина Луканова)

(m)