

СТАНОВИЩЕ

за придобиване на образователната и научна степен „доктор” по обявена процедура за защита на дисертационен труд на докторант Христина Пламенова Филипова от Икономически университет - Варна

Изготвил становището: **проф. д-р Марияна Върбанова Божинова**, научна специалност Икономика и управление (търговия), СА „Д. А. Ценов” - Свищов

Основание за написване на становището: становището е изготвено съгласно Заповед № РД-06-281/05.02.2020г. на Ректора на Икономически университет – Варна за определяне състава на Научно жури по открита процедура за защита на дисертационен труд на докторант Христина Пламенова Филипова и Решение в проведено на 06.02.20 г. първо заседание на Научното жури за изготвяне на становище като член на научното жури.

Автор на дисертационния труд: **Христина Пламенова Филипова**, редовен докторант по докторска програма Икономика и управление (туризъм) към 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”**

I. Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд е фокусиран върху изследване и анализ на културните различия на френските и българските туристи и тяхното влияние върху поведението им при покупката на сувенири. В дисертационният труд е разработен и приложен авторски модел за формулиране на адекватни маркетингови стратегии за продажба на сувенири от ТИЦ Варна. Докторантът успява да обхване спецификата на културната обусловеност в поведението на туристите и влиянието, което оказва тя при вземане на решение за покупка и при избора на вид сувенири. Предложеният авторски модел за разработване на ефективни маркетингови стратегии за продажба на сувенири е универсален и лесен за адаптация от ТИЦ в различни дестинации.

Дисертацията представлява стройно, логическо и задълбочено изследване, което се състои от 230 страници, сполучливо подкрепени с графичен, табличен и обработен по подходящ начин емпиричен материал. Използван е значителен обем български и чуждестранни литературни и интернет източници, които са анализирани и обобщени по необходимия за дисертационно изследване начин.

Дисертационният труд се отличава с *балансирана структура*, съставена от въведение, три глави, заключение, списък на използваната литература и 11 броя приложения (с общ обем от 260 стр.). Изследването е нагледно илюстрирано чрез 58 таблици и 36 фигури. Използваната *литература* е поместена в списък от 120 заглавия и 36 Интернет ресурса, който свидетелства за задълбочената информираност на докторанта относно изследванията на конкретния разискван проблем както от български, така и от чужди автори.

II. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

В съдържателно и структурно отношение представеният дисертационен труд отговаря 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. Структурирането и съдържанието на изследването намирам за логично и последователно. Докторантът показва, че умее да систематизира, анализира и обобщава огромен по обем идеен и фактически материал за целите на своето изследване. Набраните емпирични данни не просто са представени, а обработени чрез подходящ формулен апарат и съвременни методи.

Считам, че така построено изложението *отговаря на основните качествени изисквания за неговото оценяване*: оригиналност на изследването, висока степен на проникване в дълбочината и същността на проблема, методическа издържаност и стилово умение на автора за постигане на целта на изследването чрез прилагане на подходящи аналитични инструменти и изразни средства.

Достатъчно ясно и аргументирано докторантът постига основната си изследователска цел и решава поставените изследователски задачи. На тази база той доказва и изследователската си теза.

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 пет части, които включват: обща характеристика; структура и съдържание; кратко изложение; справка за научните и научно-приложните приноси и списък на публикациите по темата на дисертационния труд. Изведените в автореферата приноси отговарят на действителните приноси моменти в дисертационния труд. Списъкът с публикации по дисертационното изследване включва: 2 самостоятелни статии, едната от които е в чужбина и 2 научни доклада, единият от които – в съавторство. Това е доказателство, че важни части от дисертационния труд са станали публично достояние и са получили научна оценка.

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

Предложеният за оценка дисертационен труд притежава убедителни доказателства за научно-приложни резултати, представени като решения по изследваните проблеми. Основните научни достойнства на дисертационния труд могат да се очертаят в следните насоки:

Първо, чрез задълбочено разглеждане, обобщаване, критичен анализ и нова насоченост на основни теоретични постановки е обогатена съществуващата литература за моделите на потребителско поведение на туристите, както и за групите фактори, влияещи върху процеса на вземане на решение за покупка.

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

Трето, откроена е спецификата на сувенирите като туристически продукт, изведени са техните типология, характеристики и водещи мотиви за закупуването им, които се използват като основа при разработването на маркетингови стратегии за тяхната пазарна реализация.

Четвърто, извършен е ситуационен анализ на предлагането на сувенири в дестинация Варна, проучени и анализирани са добри практики в продажбата на сувенири в България и Франция, изведени са конкретни препоръки към ТИЦ Варна и е обоснована необходимостта от разработване на ефективни маркетингови стратегии за продажба на сувенири, според културните различия на туристите.

Пето, съставен и успешно апробиран е модел за разработване на маркетингови стратегии за продажба на сувенири, според културните различия на туристите в ТИЦ Варна. Моделът се характеризира с универсалност и лесна практическа приложимост за всяка дестинация и ТИЦ в нея.

Шесто, в резултат на теоретико-приложното изследване са обосновани конкретни маркетингови стратегии, съобразно културните специфики на българските и френските туристи, които ТИЦ Варна може да приложи в своята дейност.

IV. Критични бележки и препоръки

1. Авторът би могъл да обоснове по-добре кое е провокирало изборът му за изследване поведението при покупка на сувенири именно на френските и българските туристи.

V. Въпроси към дисертанта

Интересната проблематика, разисквана в дисертационния труд, поражда следните въпроси:

1. Кое продиктува изследването на поведението на френски и български туристи при покупката на сувенири, съобразно културните им специфики?

2. Кои културни различия между българските и френските туристи можете да определите като ключови при избора на сувенири?

VI. Заключение

Дисертационният труд се характеризира с оригиналност на изследването, което е засегнало важни проблеми на потребителското поведение при избор на сувенири, съобразно културните различия на туристите. Той представлява определен принос както към теорията, така и към практиката и отговаря на необходимите изисквания за разработване и написване, съгласно ЗРАСРБ и Правилника за неговото прилагане. Това ми дава основание с увереност да предложа на почитаемото Научно жури да вземе **положително решение** за присъждане на образователната и научна степен “доктор” по икономика на докторант Христина Пламенова Филипова, за което аз **ще гласувам утвърдително.**

20.02.2020 г.
гр. Свищов

Подпис:



/проф. д-р М. Божинова/

ДО

ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА НАУЧНОТО ЖУРИ

ОПРЕДЕЛЕНО СЪС ЗАПОВЕД НА РЕКТОРА

НА ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

по процедура за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност „Икономика и управление (туризъм)“

Вх. №

РД-06-281/05.02.2020г.

СТАНОВИЩЕ

За придобиване на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.9. „Туризъм“, докторска програма „ Икономика и управление (туризъм)“ по обявена процедура от Икономически университет - Варна

1. Обща информация

Изготвил становището: проф. д-р Братой Копринаров, Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, Катедра „Маркетинг и туризъм”

Основание за написване на становището: Заповед № РД-06-281/05.02.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за определяне на Научно жури и решение на факултетния съвет на факултет „Управление“ (Протокол № 8 от 30.01.2020) г.

Автор на дисертационния труд: Христина Пламенова Филипова

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

2. Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд на Христина Пламенова Филипова се състои от 222 страници, от които- увод (8 стр.); изложение в три глави (210 стр.); заключение (4 стр.); списък на използваната литература (7 стр.). Основният текст съдържа 58 таблици и 36 фигури. Списъкът на използваните литературни източници се състои от 156 литературни и информационни източници, в т. ч. 120 литературни източници и 36 интернет сайтове. В дисертационния труд има и 11 приложения (22 стр.).

Разработката е посветена на актуалната проблематика в съвременния глобален туризъм, производството и реализацията на сувенирни продукти на основата на формирането на лесно приложими и универсални маркетингови стратегии на базата на културния фактор и препоръки за тяхното прилагане, които могат да помогнат на туристическия сувенирен бизнес да адаптира успешно предлагането си към различни целеви сегменти.

Изключително ясно и точно е дефиниран **предметът** на научното изследване акцентиран върху изготвянето на маркетингови стратегии за продажба на сувенири спрямо културните различия на туристите.

Научната цел на дисертационния труд е 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.

Докторантката е посочила шест изследователски задачи за решаване в дисертационния си труд: Теоретичен анализ, дефиниране и моделиране на потребителското поведение под влияние на културния фактор; Дефиниране и класификация на сувенирите, извеждане на техните характеристики и особености и определяне на ролята им за туристическото предлагане; Теоретична концептуализация и систематизация на маркетинговите стратегии в туризма; Създаване на концептуален

модел за формиране на маркетингови стратегии за продажба на сувенири, базиращи се на културния фактор; Анализ и оценка на търсенето и предлагането на сувенири в дестинация Варна. Изследване и утвърждаване на разлики в потребителското поведение на български и френски туристи в дестинация Варна спрямо предлагането на сувенири, на база на влиянието на културния фактор; Формиране на насоки и препоръки за адаптиране и приложение на маркетингови стратегии в ТИЦ Варна за предлагане на сувенири на различни, разделени по националност целеви сегменти, в частност на български и френски туристи.

За реализиране на научното изследване докторант Христина Филипова е използвала съвкупност от изследователски методи и подходи: индукция и дедукция, системен подход, метод на наблюдение, анализ и синтез, сравнителен анализ, дълбочинни интервюта и анкетни проучвания.

Проведените теренни проучвания обхващат различни обекти (пет в дестинация Варна и три във Франция). Използвани са анализи, интервюта с представители на ТИЦ и специалисти от туристическата индустрия.

Предложената за рецензиране дисертация е разработена на основата на обстоен преглед и анализ на наличните научни публикации по темата на български и чуждестранни автори.

В структурно отношение съдържанието на дисертационния труд е логично построено и добре балансирано, стилът е ясен и разбираем. Докторантката сполучливо в успяла да развие и докаже заложените хипотези в разработката. Като цяло, дисертацията се отличава с ясно изразена авторска позиция, оригиналност и задълбоченост на изводите.

Използваната методика на изследване в дисертационния труд е подчинена на неговите научни цели и конкретни изследователски задачи. В хода на своето научно изследване, докторантът е постигнал оптимално използване и съчетание на абстрактни, научни и практико-приложни методи.

Емпиричното изследване е проведено в две направления – **анкетно проучване и дълбочинно интервю** със специалисти от туристическата практика. Разработен е изследователски инструментариум под формата на структурирано анкетно проучване за оценка на възможностите за предлагане на сувенири в туристическата практика.

Авторската намеса на докторанта е съобразена с изискванията на използваните изследователски методи. Налице е ясно изразена автентичност на изходните данни, логичност и достоверност на изводите и препоръките.

Изследователската логика и структура на дисертацията са правилни и добре изградени. При структурирането е спазен традиционния подход при написването на подобен род научни разработки, първо се изясняват теоретичните основи на проблематиката, на второ място се представя методологията на изследването и на трето място, логично се прилага описаната методология към конкретната проблематика и необходимите изводи и предложения.

Илюстрираният материал в дисертацията – 58 таблици и 36 фигури и 11 приложения, е представен ясно и с необходимото качество. Източниците на илюстрирания материал са коректно цитирани. Като цяло този материал е напълно достатъчен за представяне и аргументация на авторските идеи и заключения.

Дисертационният труд има характер на цялостно, завършено и оригинално научно изследване по проблема за разработване на маркетингови стратегии за предлагане на сувенирни продукти.

Докторантът демонстрира способности да анализира, да генерира идеи и да интерпретира резултати от научно изследване, да провежда самостоятелно научно изследване.

Посочените констатации ми дават възможност да направя следния извод: **дисертационния труд е представен във вид и обем отговарящ на изискванията на**

чл. 27, ал. 2 от ППЗРАСРБ и 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 ИУ – Варна.

II. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Дисертационният труд е разработен като е приложена класическата структура за подобен род научни разработки: въведение, основно съдържание на научното изследване в три глави, заключение, библиографска справка и приложения.

В глава първа съдържателно и в детайли се извеждат теоретичните основи за разкриване съдържанието на маркетинговите стратегии за предлагането на сувенири съобразно културния фактор. Логично, авторът започва анализа с проучване на потребителското поведение, „познанието на историческото му развитие, както и основните елементи, които го съставляват е важно конкурентно предимство и предоставя възможността да се изгради по-широка картина за туристите, техните предпочитания и действия преди, по време и след техния престой в дестинацията“.

Сувенирите, посочва докторантът, притежават и по-дълбок смисъл. Те имат и важната роля да предават на туристите културата и историята на туристическата дестинация. Те имат специфична символна стойност. Следователно са важни за поддържането и развитието на туризма, предвид тяхното търговско, културно и историческо значение.

Значителен приносен момент още в първа глава е предложението на авторите „Модел за изготвяне на маркетингови стратегии за продажба на сувенири според културните различия на туристите“. Много сполучливо е разкрита и обоснована непрекъснатата интеракция между двата основни елемента: сувенирите и потребителското поведение на туристите, както и факторите, които пряко им влияят.

Втора глава в структурен и логичен аспект е посветена на анализ на предлагането и търсенето на сувенири съобразно културните различия на българските и френските туристи в рамките на дестинация Варна. Апробиран е разработеният от докторантката теоретичен модел и инструментариум за определяне на количествените и структурни параметри в търсенето на сувенири от страна на българските и френски туристи. Изведено е обобщението, че „**културния фактор оказва влияние върху потребителското поведение на туристите спрямо сувенирите**“.

Трета глава разкрива идейната обосновка и логическа обвързаност между маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите. Ясно израсени и аргументирани приноси моменти в тази част на дисертационния труд са **предпоставките за разработване на стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните особености на туристите и авторовите стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните особености на френските туристи.**

Изготвеният автореферат от докторант Филипова е в обем от 49 страници и резюмира в достатъчно висока степен разработения научен труд, отразява точно и коректно съществените аспекти и изводи. Приложен е списък на публикациите по дисертационния труд – 2 статии и 2 доклада, които отговарят на изискуемия брой за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

III. Научни и научно-приложни приноси в дисертацията:

Съвременното състояние на туристическата теория и практика в нашата страна все още се характеризира с липсата на цялостна концепция за предлагане на сувенирни продукти за нуждите на туризма. В България научните изследвания, посветени на ролята и значението на сувенирите са изключително лимитирани. Проучванията са фрагментарни, липсват както теоретични, така и емпирични анализи.

В този контекст, в дисертационния труд „Маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите” се открояват следните научни и научно-приложни приноси:

Научни приноси с теоретико-методологически характер:

1. Допълнена е теорията чрез авторова дефиниция на понятието „култура”, анализирано е моделирането на потребителското поведение под влияние на културния фактор;

2. 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;

3. Съставен е концептуален модел за формиране на маркетингови стратегии за продажба на сувенири, базиращи се на културния фактор;

Приноси с практико-приложен характер:

1. 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;

2. Извършено е емпирично проучване на предлагането на сувенири в дестинация Варна и ТИЦ Варна;

3. 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;

4. Систематизирани са тенденции и добри практики на съвременното предлагане на сувенири;

5. Аргументирани и формирани са маркетингови стратегии в ТИЦ Варна за предлагане на сувенири на различни по националност целеви сегменти, в частност на български и френски туристи.

IV. Критични бележки и препоръки:

По отношение на дисертационния труд, основното изложение и аргументирането на авторската теза и аргументацията на изводите нямам критични бележки и препоръки.

V. Заключение

Предложената докторска дисертация от Христина Пламенова Филипова, докторант в катедра „Икономика и организация на туризма” към ИУ – Варна на тема „Маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите” обогатява значително науката и практиката по отношение възможностите за нарастване на конкурентоспособността при предлагането на сувенири.

В заключение, на основата на положителните страни на дисертационния труд, на научните достижения и личния принос на докторанта, убедено давам своята категорична положителна оценка за нея и предлагам на почитаемото **Научно жури да присъди на докторант Христина Пламенова Филипова образователната и научна степен “доктор” в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки”, професионално направление 3.9. „Туризм”, научна специалност „Икономика и управление (туризм)”**

21.02.2020 г.
Бургас

Изготвил становището: 
проф. д-р Братой Копринаров

от проф. д-р Стоян Петков Маринов, катедра „Икономика и организация на туризма” в ИУ – Варна, област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.9. Туризъм, научна специалност “Икономика и управление (туризъм)”.

за дисертационен труд на докторант **Христина Пламенова Филипова** на тема „Маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите” за придобиване на образователната и научна степен “доктор” в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.9. Туризъм, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)”.

1. Основание за написване на становището

Заповед № РД-06-281/05.02.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за определяне на Научно жури и Протокол №: 1 от заседание на Научното жури от 06.02.2020 г.

2. Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд на **Христина Пламенова Филипова** е обсъден на заседание на катедра „Икономика и организация на туризма” при Икономически университет-Варна и е и насочен за публична защита пред специализирано жури.

Разработката е посветена на актуалната проблематика за прилагането на маркетингов подход при предлагането на сувенири в туризма.

Избран е конкретен обект на изследване в лицето на дестинация Варна и ТИЦ Варна, свързани с предлагането на сувенири на туристи.

Правилно е дефиниран предметът на изследването, отнасящ се до изготвянето на маркетингови стратегии за продажбата на сувенири спрямо културните различия на туристите.

Основната цел на разработката е „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”.

В разработката успешно се проверява и доказва изследователската теза, че „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”.

Формулираната теза е конкретизирана в три изследователски хипотези, които се проверяват в процеса на изследването – хипотеза 1 «Културният фактор оказва влияние при избора на сувенири»; хипотеза 2

„Съществува разлика в потребителското поведение на френските и българските туристи спрямо покупката на сувенири“; хипотеза 3 „Предлаганите в дестинация Варна сувенири не отговарят на потребностите и изискванията на туристите“.

Трудът е разработен на основата на обстоен преглед на наличните публикации по темата от български и чуждестранни автори, както и на основата на проведени собствени емпирични проучвания на автора.

Използваната методика на изследване е в съответствие с поставената научна цел и с изследователските задачи и включва: системен подход, теоретичен анализ и синтез, сравнителен анализ, метод на индукция и дедукция, исторически метод, метод на теренното проучване, метод на наблюдението, статистически и дескриптивни методи, анкетно проучване, метод на дълбочинното интервю, метод на експертните оценки.

3. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Разработката е с общ обем 222 страници. Структурата на дисертационния труд е правилна и отговаря на поставените изследователски цел и задачи. Включва всички задължителни елементи: увод (8 стр.), изложение в три глави (210 стр.), заключение (4 стр.), списък на използваната литература (7 стр.). Основният текст съдържа 58 таблици и 36 фигури. Към дисертационния труд има 11 приложения.

Списъкът с използваната литература съдържа общо 156 източника, в т.ч. 36 Интернет сайта със специализирана информация по изследваната проблематика.

Изложението е логически последователно. Стилът е ясен и разбираем. Научният апарат е прецизен.

В първа глава на разработката е надградена теорията за потребителското поведение на туристите. Разграничени са факторите, които влияят на процеса на вземане на решение за туристическо потребление. Изведени са особености на туристическото потребление при предлагане на сувенири. Разработен е авторски модел за изготвяне на маркетингови стратегии за предлагане на сувенири, който е операционализиран в изследователски инструментариум.

Втора глава е посветена на анализа на предлагането и търсенето на сувенири съобразно културните различия на българските и френските туристи в рамките на дестинация Варна. Направена е характеристика на туристическото търсене към дестинация Варна. Характеризирано е предлагането на туристически сувенири в дестинация Варна на основата на теренно проучване и дълбочинни интервюта с експерти-занаятчии. Определена е ролята на ГИЦ Варна в предлагането на туристически сувенири. Направена е оценка на търсенето на туристически сувенири съобразно културните различия на френските и българските туристи.

Изследвано е влиянието на културния фактор върху потребителското поведение на туристите, свързано със сувенирите. Доказана е основната работна хипотеза, че „Културният фактор оказва влияние върху потребителското поведение на туристите спрямо сувенирите“.

В трета глава на дисертационния труд се представят насоки за формулиране на маркетингови стратегии за предлагане на сувенири съобразно културните различия на туристите в дестинация Варна. Систематизирани са тенденциите в съвременното търсене и предлагане на сувенири. Представени са добри практики в предлагането на сувенири във Франция и в България. Формулирани са маркетингови стратегии за продажба на сувенири според културните различия на френските и българските туристи по линия на елементите на маркетинговия микс - продукт, цена, дистрибуция и комуникация.

Дисертационният труд е представен във форма, отговаряща на изискванията за монография. В него присъства научно-приложно решение на реалния практически проблем, свързан с маркетинговия подход при предлагането на сувенири на туристи с различни култури.

Кандидатката представя автореферат, който отразява в достатъчна степен разработения научен труд. Приложеният списък на публикациите по дисертационния труд - 2 самостоятелни статии (една в реферирано издание) и 2 доклада съдържа значително повече от необходимия брой заглавия за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

4. Научни и научно приложни приноси в дисертационния труд

Научен принос с *теоретико-методологически характер* е разработеният теоретичен модел за изготвяне на маркетингови стратегии за предлагане на сувенири при отчитане на влиянието на културните различия.

Разработката съдържа приноси с *практико-приложен характер* както следва:

Първо, на основата на данни от емпирично проучване е анализирано предлагането на сувенири в дестинация Варна и ТИЦ Варна.

Второ, направена е оценка на различията в потребителското поведение на българските и френските туристи в дестинация Варна спрямо предлагането на сувенири, на база на влиянието на културния фактор. Оценката е резултат от анализ на данните от проведено емпирично проучване.

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

5. Критични бележки и препоръки

Нямам съществени критични бележки по отношение на дисертационния труд. Препоръката ми към **Христина Филипова** е да