

РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд за придобиване на ОНС "доктор" по професионално направление 3.9. "Туризм", научна специалност "Икономика и управление (Туризм)" по процедура, обявена от Икономически Университет - Варна

1. Обща информация

Изготвил рецензията: проф. д-р Таня Дъбева Филипова, професионално направление 3.9. Туризм, научна специалност "Икономика и управление (Туризм)", катедра ИОТ, Икономически университет - Варна;

Основание за написване на рецензията: Заповед на Ректора на ИУ - Варна № РД-06-2643/06.10.2020 г. и решение на заседание на Научното жури от 09.10.2020 година;

Автор на дисертационния труд: задочен докторант Марианна Светлозарова Александрова с научен ръководител доц. д-р Велина Иванчева Казанджиева;

Тема на дисертационния труд: "Брандинг на туристическа дестинация (по примера на община Варна)"

2. Информация за докторанта

Марианна Александрова завършва средно образование в Гимназия по туризъм „Проф. д-р А. Златаров” – град Варна, а през 2013 година придобива ОКС „професионален бакалавър”, специалност Мениджмънт на хотели и ресторанти при Колеж по туризъм-Варна. Магистърска степен по Маркетинг и управление на туристическия бизнес получава в Бургаски свободен университет през 2015 година.

Докторантката има богата трудова биография в сферата на туризма. Работи последователно като бар сервитьор в Гранд хотел „Димят” (2009-2011г.); представител в Алфа Сървис; трансфериращ екскурзовод в Тез Тур (2012-201); преподавател и хон. преподавател в АИКБ Консулт (2015, 2017 г.); специалист

Туризм в Бон Тур БГ (2016,2017,2018,2019); преподавател в Център за професионално обучение „Veny&va Consult“ (2019). Разнообразната дейност на докторантката формира необходимата висока квалификация, което рефлектира не само върху приложните аспекти на дисертационния труд, но и върху преподавателската дейност на Александрова в посочените центрове за обучение и като хоноруван асистент в ИУ. Докторантката провежда семинарни занятия по дисциплината ПАТТ, специалност Туризм, съответно същата дисциплина плюс Екскурзоводство и Въведение в туризма /на руски език/, специалност Международен туризм (2019/20 уч. година). Ангажирането на докторантката в тази програма е в резултат на отличното владение на руски език.

Марианна Александрова е зачислена на докторантура към катедра ИОТ, докторска програма "Икономика и управление (Туризм)", задочно обучение на 03.10.2016 (Заповед РД 17-4002). Положила е успешно следните докторантски минимума: Теория на управлението, Методология на научните изследвания в туризма, Руски език, Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт. Изпълнила е всички задачи по индивидуалния си план, съответно надхвърля изискуемия брой кредити. Затова е отчислена с право на защита на 05.10.20 (Заповед РД 17-2622).

Дисертационният труд е обсъден в катедра ИОТ като на заседание на катедрения колектив от 14.09.2020 г. се взема решение за откриване на процедура по защита и избор на научно жури /Протокол №1/, 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. Съответно решенията на катедрата са утвърдени от заседание на ФС на факултет Управление от 29.09.2020 г. /Протокол 13/.

Съобразно представената информация, образователните степени на докторантката напълно отговарят на постановките на чл.34, ал.1 от Правилата на ИУ. Също така са спазени всички процедурни изисквания на чл.35, ал.1,2, и 3 от

същите правила и Марианна Александрова има право да се яви на защита на своя дисертационен труд.

3. Общо представяне на дисертационния труд

В предоставения за рецензиране дисертационен труд се коментира съвременна проблематика, свързана с ролята на брандовете, респективно брандингът като дейност за утвърждаване и развитие на туристическите дестинации. Идентифициращата и диференцираща функции на бранда позволяват не само формиране на подходящ образ на дестинацията, но и трансфериране на точното послание към целевите клиенти и заинтересованите аудитории. Тези процеси започват от ТНК в туризма, преминаван в глобалните корпорации и се ориентират и към туристическите територии като при тях създаването на бранд е много пластова и нуждаеща се от синхрон дейност. Тези особености се проявяват най-силно при „градските дестинации“, където оперират разнообразни субекти, институции, валоризират се различни туристически ресурси и пр. като община Варна не е изключение. В тази връзка оценявам избора на темата на доктората като актуална, значима и полезна.

Дисертационният труд е в общ обем от 234 страници, от които въведение (5 с.); изложение в три глави (223 с.); списък на използваната литература (12 с.); заключение (4 с.) и 24 Приложения (61 с.). В изложението е включен богат илюстративен материал от 22 таблици и 61 фигури, което допринася за по-доброто систематизиране на информацията.

В структурно отношение изложението на дисертационният труд обхваща съдържание; списък на използваните съкращения; списък на таблиците и фигурите; въведение; три глави и заключение. Библиографията е от 158 броя източници, от които: 62 на кирилица; 72 - на латиница и 24 интернет сайтове. Считаме, че подобрите информационни източници са подходящи за тематиката на

изследването, съотнесени към обема на разработката са достатъчно на брой и са използвани и цитирани според изискванията.

Във въведението на дисертационния труд наред с открояването на актуалността, навременността и полезността на научната проблематика, са обособени **обект и предмет** на изследването, които оценяваме като правилно формулирани. Посочена е следната **основна цел**: *на основата на теоретичните и приложните аспекти на брандинга на туристическа дестинация да се апробира съответен концептуален модел за община Варна и да се направят предложения за осигуряване на стратегическата ѝ конкурентна позиция като туристическа дестинация.*

Изпълнението на целта се конкретизира чрез следните четири изследователските задачи, които считаме за достатъчни и добре открити:

1. Дефиниране на брандинга като управленски процес, и типология на видовете брандинг;
2. Разработване на концептуален модел за брандинг на туристическа дестинация на общинско равнище;
3. Извършване на бранд одит на община Варна като туристическа дестинация, изследване на нейния брандинг и проектиране на асоциативни молекули, отразяващи имиджа на бранда на дестинацията;
4. Идентифициране на тенденции и добри практики в брандинга на туристически места, дефиниране на проблеми, извеждане на насоки и препоръки за развитие на брандинга на община Варна.

Авторката е базирала изследването си на формулирана теза, като на нейна база са съставени 6 хипотези, които се коментират при проучването в дисертационния труд. Конкретизиран е подходящ изследователския инструментариум, приемаме посочените ограничения и откритите проблеми.

Научната информация, използвана в дисертацията е извлечена от авторитетни източници и е използвана коректно. Изследвани са мненията и становищата, както на голям брой чуждестранни учени, предимно представители на англоезичната школа, така и на български и руски изследователи като публикациите са специализирани съобразно избраната тематика. Включени са и специализирани нормативни и статистически български и чужди документи. Добре подбрани са и методите на емпиричното изследване, които са предимно количествени (три анкетни проучвания респективно с туристи от 10 националности; местни жители и експерти като представители на туристическата практика). Проведен е и одит на виртуалното позициониране на бранда на дестинация Варна чрез подходящ инструментариум. Цитираната научна информация е изцяло съобразена с предмета и обекта на изследване в дисертационния труд,

Представеният за рецензиране докторат на Марианна Александрова в структурно отношение и като обем напълно отговаря на изискванията както на специализираната докторска програма, така и на чл.27, ал.2 от ППЗРАСРБ.

4. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Основната изследователска цел и задачи определят **структурата и съдържанието** на дисертационния труд. Структурата е традиционна, включва три основни глави, добре балансирани и логически ситуирани.

В глава първа теоретичните аспекти на изследването фокусират върху следните направления в логическа посока от общото към частното: дефиниране и особености на бранда и брандинга; дефиниране и особености на териториалните бранд и брандинг и респективно тези на туристическата дестинация. Специално внимание е отделено на активите на брандовете като известните теоретични постановки са конкретизирани за туристическата дестинация, както и на структурата на брандовете с акцент върху бранд идентичност и бранд имидж. Авторката оформя своите изводи на базата на обширен и компетентен коментар

на теориите на изтъкнати наши и чужди автори в посочената научна област. Това й позволява да формулира и предложи собствен концептуален модел за брандинг на туристическа дестинация на общинско равнище като териториалната конкретика кореспондира с обекта на изследване в дисертационния труд.

В глава втора е поднесено емпирично изследване и оценка на брандинга на община Варна като туристическа дестинация. Алгоритъмът и инструментариумът на изследването следват методиката от гл. първа, резултатите са систематизирани и обобщени. Анализирани са, чрез анкетни проучвания мненията и оценките по изследваната проблематика на четири респондентски групи: туристи от водещи за дестинацията емитивни пазари /две проучвания, с надградени въпроси през 2019 най-вече относно ценността на изследвания бранд /; експерти /от местната туристическа индустрия и институции/ и извадка от жители на град Варна. Оценките и изводите са базирани на задълбочени и компетентни SPSS и контент анализи, подкрепени със съответния илюстративен материал. Освен в ретроспекция, брандът на дестинация Варна е анализиран и в уеб среда, което оценявам като иновативен и полезен за изследването подход.

В глава трета, авторката запознава аудиторията с някои актуални изменения в брандинга на туристическите дестинации по принцип, както и с подбрани добри практики, насочени основно към „градски” брандинг. Систематизирани са, на базата на получените резултати от емпиричните проучвания, основните проблеми в брандинга на изследваната дестинация. Посочените аспекти на изложението в глава трета подготвят авторските предложения за формиране, развитие и подобряване на брандинга на община Варна като туристическа дестинация с акценти върху конкурентната идентичност, повишаване на релеванността и по-добро позициониране на бранда на община Варна чрез съответния комуникационен инструментариум.

Заклучението, не само резюмира, но и подчертава приносните моменти на разработката.

Структурата и съдържанието на представения докторат съответстват на поставената основна цел и научно-изследователски задачи. Отделните структурни елементи са логично подредени и добре обвързани. Текстът се отличава с терминологична яснота, стилът е научен, лексиката е професионална.

Докторатът на Марианна Александрова е самостоятелно и иновативно научно изследване с подходящо подбрани теоретични анализи и креативни и полезни приложни проучвания и резултати. Докторантката демонстрира логическо и аналитично мислене, умения за провеждане на конкретни изследвания и обработване на резултатите от тях, както и съответното им творческо интерпретиране и транслиране в обосновани и стойностни предложения. Всичко това ни дава основание да твърдим, че предоставеният за рецензиране труд съответства на изисквания на чл. 34, ал.2 и 3 от Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени заемане на академични длъжности в ИУ-Варна

Авторефератът е с обем от 38 страници и коректно отразява характеристиките, структурата и съдържанието на дисертационния труд.

5. Научни и научно-приложни приноси

Приемаме посочените от докторантката научни и научно-приложни приноси. По наше мнение, в доктората на Марианна Александрова биха могли да се открият и систематизират следните научни и научно-приложни приноси:

- ✓ Систематизиране на особеностите на териториалния брандинг и на брандинга на туристическата дестинация;
- ✓ Систематизиране и конкретизиране на елементите на ценността, активите и структурата на бранда на туристическата дестинация;
- ✓ Създаване и аргументиране на концептуален модел за брандинг на туристическа дестинация на общинско равнище;

- ✓ Изготвена методика за анализ, с иновативен и приложим характер, на бранда и брандинга на община като туристическа дестинация по примера на община Варна;
- ✓ Изготвена съвкупност от предложения за създаване и развитие на брандинга на община Варна като туристическа дестинация, които са креативни и по мое мнение приложими и за други дестинации.

6. Публикации по дисертацията

Докторантката е направила следните публикации по дисертацията:

Статии:

1. Александрова, М. (2019). Роля и значение на слогана като комуникационен елемент на бранда на туристическите дестинации. Известия на Съюза на учените – Варна. Серия „Икономически науки“, Том 8, бр. 3, с. 154- 162, ISSN (print) 1314-7390; ISSN (online) 2603-4085, Национален референтен списък, RePEc (Research Papers in Economics), CEEOL (Central and East European Online Library). 38 2.
2. Александрова, М. (2019). Анализ на привлекателността на КК „Слънчев бряг“ като туристическа дестинация. сп. „Известия“, Том 63, бр. 2, Варна: Наука и икономика, с. 109-125. ISSN (print) 1310-0343; ISSN (online) 2367-6949, Национален референтен списък, ERIH PLUS (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences) и CEEOL.

Доклади:

1. Александрова, М. (2018). Съвременни маркетинг техники за популяризиране на туристически дестинации. ТУРИЗМЪТ и иновациите: сборник доклади от международна научна конференция, посветена на 55 години от създаването на Колеж по туризъм – Варна, Варна: Наука и

икономика ИУ, с. 224-235, ISSN/ISBN 978-954-21-0973-0, Национален референтен списък.

2. Александрова, М. (2017). Роля и значение на организациите от публичния сектор за брандинга на община Варна като туристическа дестинация. ТУРИЗЪМ, иновации, стратегии: сборник с доклади от юбилейна научна сесия по случай 50-годишнината от създаването на Колеж по туризъм – Бургас, Бургас: Флат, с. 125-132, ISSN/ISBN 978-619-7125-34-4, Национален референтен списък

Оценявам публикациите като тематично свързани с дисертационния труд и като напълно достатъчни съобразно изискванията на Правилата на ИУ като брой и структура. Спазено е изискването на чл.35, ал. 4 за публикация в реферирано издание.

7. Критични бележки и препоръки

1. Необходимо е по-добре да се открият категориите „бренд” и „брандинг”;
2. По логиката на изложението в гл. първа, т. 1.2.3. следва да е преди 1.2.2;
3. В дисертационния труд са включени непреведени от английски таблици /напр. табл. 10, 11 и др./ и формули /с.222/. Също така в изложението се срещат доста чуждици, за които би могло да се потърси еквивалент на български език.

Посочените критични бележки не омаловажават постиженията в рецензирания докторат.

8. Въпроси към докторанта

1. Как преценявате ценността на настоящия бренд на община Варна като туристическа дестинация, както и на бъдещия, формиран според вашите предложения, спрямо националния бренд?

2. Формирането на отличителен бранд на община Варна като туристическа дестинация на основата на предложения от вас брандинг предполага интегративно сътрудничество между заинтересованите институции и субекти. При многобройните проблеми на туризма в община Варна, как смятате то да се постигне?

9. Заключение

Според направените оценки може да се заключи, че докторатът на Марианна Александрова напълно отговаря на количествените и качествени изисквания на ЗРАСРБ, както и на неговия правилник и на Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономическия университет - Варна. На базата на тази констатация, **давам изключително позитивна оценка на представения докторат и препоръчвам на почитаемото Научно жури да присъди на докторант Марианна Светлозарова Александрова образователната и научна степен "доктор" по професионално направление 3.9. Туризм, научна специалност „Икономика и управление (Туризм)“.**

01.12.2020 г.

Рецензент:

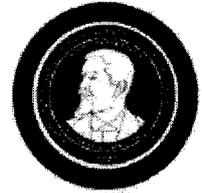


(Проф. д-р Таня Дъбева)



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО
СТОПАНСТВО

UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD
ECONOMY



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ ВАРНА

Вх. № РД 20 - 1239 / 23. М. 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 рецензията: проф. д-р Таня Петрова Парушева

УНСС – София, катедра „Икономика на туризма”

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

Професионално направление 3.8. „Икономика”

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

Основание за написване на рецензията: Заповед № РД-06-2643/06.10.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за назначаване на Научно жури и решение от първото заседание на Научното жури на 09.10.2020 г.

Автор на дисертационния труд: Марианна Светлозарова Александрова – задочен докторант в катедра „Икономика и организация на туризма” при Икономически университет – Варна

Тема на дисертационния труд: „Брандинг на туристическа дестинация (по примера на община Варна)”

Научен ръководител: доц. д-р Велина Иванчева Казанджиева

2. Данни за докторанта

Марианна Александрова завършва Колеж по туризъм – Варна, ОКС „Професионален бакалавър”, специалност „Мениджмънт на хотели и ресторанти” (2013 г.). Придобива ОКС „Магистър” по специалност „Маркетинг и управление на туристическия бизнес” в Бургаски свободен университет (2015 г.).

Професионалното ѝ развитие започва като бар-сервитьор в Гранд Хотел „Димят” (2009 – 2011 г.). Продължава работа като представител на Алфа Сървис (2012 г.), трансфериращ екскурзовод към Тез Тур България (2013 г.), преподавател в АИКБ Консулт и представител на ТО към Balkan Express LTD (2014 г.), хоноруван

преподавател в АИКБ Консулт и специалист туризъм в „Бон Тур-БГ ООД“ (2015 – 2016 г.). В периода 2018 – 2019 г. е хоноруван преподавател в ЦПО “Beny&va Consult” и специалист туризъм в „Бон Тур-БГ ООД“.

От 2018 г. е хоноруван асистент в катедра „Икономика и организация на туризма“ към Икономически университет, Варна. Водила е семинарни занятия по „Пътнически агенции и транспорт в туризма“ (на български и руски език), „Въведение в туризма“ (на руски език) и „Екскурзоводство“ (на руски език). Има участие в учебник с авторски колектив Кадиева, Сн. и Рафаилова Г., Грижа за клиента, Издателство „Наука и икономика“, Варна, 2014. Владее руски и английски език.

Марианна Александрова е зачислена в **задочна докторантура** със заповед № РД-17-4002/03.10.2016 г. на Ректора на Икономически университет – Варна в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.9. „Туризъм“, докторска програма „Икономика и управление (туризъм)“ към катедра „Икономика и организация на туризма“, за срок от **4 (четири) години**, считано от 01.09.2016 г. – 01.09.2020 г.

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

- Руски език – Отличен (5.75);
- Методология на научните изследвания – Отличен (5.50);
- Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт – Отличен (5.50);
- Теория на управлението – Отличен (5.50).

По време на обучението си като докторант, Марианна Александрова е атестирана с **положителна оценка**. Дисертационният труд е обсъден на Катедрен съвет на катедра „Икономика и организация на туризма“, Протокол № 11/24.06.2020 г. Отчислена е с право на защита със заповед № РД 17-2622/05.10.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна, считано от 01.09.2020 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 Марианна Светлозарова Александрова, авторефератът и научните публикации, свързани с дисертационния труд са резултат от самостоятелно научно изследване. Аргументирано

и убедително са открити **актуалността и значимостта** на изследваната проблематика. Подчертана е нарастващата роля на брандинга като възможност за популяризиране на идентичност и ефективно позициониране на дестинациите в съзнанието на целевите аудитории туристи. Той е разгледан като инструмент за създаването на конкурентни идентичности на дестинациите, основани на истини и действителност.

Правилно са разграничени **обектът** на изследване – „брандингът на община Варна като туристическа дестинация” и **предметът** на изследване – „брандингът като процес, осигуряващ инструментариум, методики и стратегии за повишаване на потребителския интерес към туристическите територии”. **Основната цел** е ясно и точно дефинирана: „на основата на теоретичните и приложните аспекти на брандинга на туристическа дестинация, да се апробира съответен концептуален модел за община Варна и да се направят предложения за осигуряване на стратегическата ѝ конкурентна позиция като туристическа дестинация”. Постигането на целта е осъществено чрез решаването на **4 конкретни изследователски задачи**.

Подходящо е формулирана **изследователската теза**: „липсата на ясно дефинирана конкурентна идентичност възпрепятства формирането на диференциращ образ на община Варна като дестинация в потребителското съзнание. Той е нужен, от една страна, за да генерира привлекателност за посещение извън летния сезон, а от друга, за да повиши ценността на ваканционния туризъм и усещането за емоционална привързаност към дестинацията”. Правилно са дефинирани **6 работни хипотези**.

Изследователският инструментариум включва използването на **изследователски методи** като: анализ и синтез; хронологически подход; анкетно проучване; дескриптивни, статистически, непараметрични и математически методи; контент анализ; компаративен анализ. **Ограниченията**, съпътстващи дисертационния труд, са свързани с липса на достъп до ключови за община Варна емитивни пазари в периода 2016 – 2018 г.; отсъствие на систематизирани количествени и качествени данни за оценка на брандинга на община Варна като туристическа дестинация; необходимост от допълнителни финансови ресурси и екип за провеждането на дълбочинни интервюта с туристи за идентифициране на „скрити” потребителски мотиви и нагласи, преди и след придобиване на опит с дестинация Варна.

Информационното осигуряване на дисертационния труд включва първични информационни източници от проведени емпирични проучвания чрез 4 вида анкетни карти, насочени към 3 респондентски групи – чуждестранни туристи от 10 националности, местни жители и експертни лица от регионалната туристическа

индустрия. Използваните вторични информационни източници са академични публикации на български и чужд език, статистически данни от правителствени и неправителствени организации, специализирани издания на СОР и ЮНЕСКО, правни документи, предходни авторски изследвания, интернет и други.

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 224 страници. В основния текст са илюстрирани 22 таблици и 32 фигури. Структурата на дисертационния труд е издържана в духа на добре обоснована логика, последователност и връзка между третираните проблеми. Състои се от увод (5 стр.), изложение в три глави (213 стр.), заключение (5 стр.) и използвана литература (6 стр.). Към дисертационния труд са изготвени 25 приложения (60 стр.). Библиографският апарат включва 160 заглавия, от които 134 литературни източника и 26 специализирани интернет сайта.

Докторант Марианна Александрова 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 Марианна Александрова 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 изследване на брандинга на туристическа дестинация (по примера на община Варна).

В първа глава на дисертационния труд „**Теоретично изследване на брандинга на туристическа дестинация**” са разгледани характеристиката и определението за брандинг на туристическа дестинация. Анализирани са спецификата и съдържанието на брандинга на туристическа дестинация. Разработен е концептуален модел за брандинг на туристическа дестинация на общинско ниво.

Във втора глава на дисертационния труд „**Анализ и оценка на брандинга на община Варна като туристическа дестинация**” са представени методиката и изследователския инструментариум. Специално място е отделено на характеристиката на община Варна като туристическа дестинация и оценката на бранда в уеб среда.

Извършено е задълбочено изследване на брандинга на община Варна като туристическа дестинация от позицията на чуждестранните посетители. Вниманието е фокусирано върху оценката на брандинга на дестинация Варна от заинтересованите страни.

В трета глава на дисертационния труд **„Насоки за подобряване на брандинга на община Варна като туристическа дестинация”** са изследвани тенденциите в брандинга на туристически дестинации. Анализирани са добри практики в брандинга на туристически дестинации. Посочени са проблеми в брандинга на община Варна като туристическа дестинация. Систематизирани са предложения за формиране, развитие и подобряване на брандинга на община Варна като туристическа дестинация.

В **заключението** са обобщени основните анализи и изводи относно брандинга на туристическа дестинация, по примера на община Варна.

Откритите научни и научно-приложни резултати представляват оригинален принос в науката. Те дават основание за извода, че основната цел на дисертационния труд е **постигната**. Поставените изследователски задачи са **изпълнени**. Изследователската теза е потвърдена. Формулираните работни хипотези 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 38 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 на дисертационния труд; 3). кратко изложение на дисертационния труд; 4). справка за приносите на дисертационния труд; 5). списък на публикациите по дисертационния труд.

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

Докторант Марианна Александрова **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 открояват **научни и научно-приложни приноси**, които могат да бъдат обобщени, както следва:

- *научни приноси*

първо – дефиниран е брандингът като управленски процес и е разгледана неговата типологията;

второ – изследвани са особеностите на брандинга на туристическите дестинации;

трето – идентифицирани са източниците на конкурентна идентичност на брандовете на туристически дестинации;

четвърто – разработен е концептуален модел за брандинг на туристическа дестинация на общинско ниво, включващ процесите на формиране на основна и разширена идентичност;

- *научно-приложни приноси*

пето – разработен е алгоритъм за анализ и оценка на ефективността на брандинга на туристическа дестинация на общинско равнище, с включена система от съответни критерии и показатели;

шесто – апробиран е концептуален модел за община Варна като туристическа дестинация и са анализирани позиционирането и имиджът на бранда на дестинацията в уеб среда;

седмо – разработен е честотен речник и асоциативна молекула на бранда на община Варна като туристическа дестинация;

осмо – открити са източниците на конкурентна идентичност на туристически бранд Варна и са определени насоките за формиране, развитие и подобряване на брандинга на община Варна като туристическа дестинация.

6. Публикации и участие в научни форуми

Докторант Марианна Александрова има **4 научни публикации**, пряко свързани с темата на дисертационния труд – **2 статии** (26 стр.) и **2 научни доклада** (20 стр.). Общият им обем възлиза на **46 печатни страници**.

Първата статия е публикувана в сп. „Известия на Съюза на учените”, Варна, реферирана и индексирана в Research Papers of Economics (**RePEc**), Central and Eastern European Online Library (**CEEOL**) и Национален референтен списък (**НРС**), а втората – в сп. „Известия” на Икономически университет, Варна, реферирана и индексирана в **ERIH PLUS** (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences), **CEEOL** и **НРС**. Докладите са отпечатани в сборници от участие в научни форуми, реферирани и индексирани в **НРС**, както следва: Международна научна конференция „Туризмът и иновациите”, посветена на 55 години от създаването на Колеж по туризъм – Варна и

Юбилейна научна сесия „Туризм, иновации, стратегии”, посветена на 50-годишнината от създаването на Колеж по туризъм – Бургас.

Публикациите на докторант Марианна Александрова 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 могат да бъдат отправени бележки, които биха подобрили общото представяне на разработката.

1. Прегледът на научната литература в първа глава на дисертационния труд и по-конкретно в параграф 1.1.1. („Поява и развитие на бранда и брандинга”), е утежнен с прекалено много подробности, което внася дисбаланс спрямо останалите части на разработката.

2. В раздела с проблемите относно брандинга на община Варна като туристическа дестинация, биха могли да се анализират причините за ниската оценка на чуждестранните посетители по критерий „атрактивност на музейните обекти”.

Препоръчвам в бъдещата си научноизследователска работа докторант Марианна Александрова да разработи и апробира концептуални модели за формиране и развитие, популяризиране, мониторинг и оценка на източниците на конкурентната идентичност (суббрандовете) на община Варна като туристическа дестинация.

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

8. Въпроси към докторанта

Изследваната проблематика поражда следните въпроси за достойна защита:

1. Какви са предложенията на докторанта за създаване на потребителска осведоменост за гастрономически суббренд на община Варна?

2. Какъв субект следва да изпълнява лидерска роля в провеждането на мониторинг и оценка на ефективността на брандинг процеса на община Варна като туристическа дестинация? Конкретизирайте неговите дейности и задачи!

9. Заключение

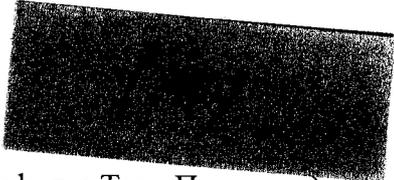
С убеденост давам **положителна оценка** на дисертационния труд на тема „Брандинг на туристическа дестинация (по примера на община Варна)”. Потвърждавам, че той изцяло **съответства на изискванията** на ЗРАС в Република България, Правилника за неговото прилагане и Правилата за условията и реда за придобиване 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 уважаемите членове на Научното жури да вземат **решение „ЗА”** присъждането на **образователната 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 **МАРИАННА СВЕТЛОЗАРОВА АЛЕКСАНДРОВА** – задочен докторант в катедра „Икономика и организация на туризма” към факултет „Управление” при Икономически университет – Варна.

София,
21.11.2020 г.

РЕЦЕНЗЕНТ:


(проф. д-р Тания Парушева)