

СТАНОВИЩЕ

върху: дисертационния труд на тема „Дигитални комуникационни конфигурации в приключенския туризъм в България“,

представен от докторант: Пламена Вескова Паламарова, кандидатстващ за научната и образователната степен „доктор“ в област на висшето образование 3 „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“ 05.02.26

научен ръководител: проф. д-р Бистра Василева

становище от: проф. д-р Боян Любомиров Дуранков, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“ 05.02.26 и научна специалност „Планиране“ 05.02.17

Със заповед РД 06-2642 от 6.10.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна, съм назначен за член на Научно жури, а на неговото първо заседание съм определен да напиша становище. В изпълнение на задълженията ми представям следните констатации и заключения, като се старя в основни линии да спазвам препоръчителната структура за становище.

I. Общо представяне на дисертационния труд

1. Изходен пункт за становището е:

1. Дисертационен труд „Дигитални комуникационни конфигурации в приключенския туризъм в България“ в обем от 266 стандартни страници основен текст и се състои от увод, три глави, заключение и библиография от 254 източници.

2. Автореферат – представен, 50 страници.

3. Списък с публикациите на кандидата – представен, 3 броя.

4. Списък с търсени приноси – представен.

2. Отговор на формалните изисквания

Докторантът е представил всички необходими материали, които са формално изискуеми за образователната и научната степен „доктор“. Това облекчава работата по написването на рецензията.

II. Основни изводи по формата и съдържанието на проекта на дисертационен труд

1. Заглавието на дисертацията – „Дигитални комуникационни конфигурации в приключенския туризъм в България“ напълно отговоря на съдържанието.

Ако читателят се взре по-внимателно в съответствието на заглавие и текст, то със сигурност ще констатира само на някои незначителни места (наистина, в ограничен обем) че текстът излиза извън рамките на заглавието, но тези „отклонения“ са полезни, понеже са направени в полза на допълнителни доказателства и допустима косвената аргументация. Намирам тези „отклонения“ за важни, понеже те по един или друг начин допълват общата картина на изследването.

2. Темата на изследването е определено дисертабилна, много актуална и достатъчно значима от теоретична и практическа гледни точки. Изследваната проблематика намирам за много интересна, актуална и ценна. От една страна, не съществува категорична яснота по отношение на понятието „дигитална комуникационна конфигурация“. От друга страна, в повечето организации не е изяснено как на практика тя (ДКК) да се прилага в комуникационните отношения с клиентите, както и по какъв начин да се отчитат ефектите и ефективността от дигиталното представяне на организацията и предлаганите от тях продукти. От трета страна, въпреки че секторът на туристическите услуги има висока степен на дигитализация и готовност за маркетингова комуникация, много често се получава ефектът на „стрелба с артилерия по врабци“, особено при прехода от масов маркетинг към маркетинг, насочен към определени малки целеви сегменти.

3. Обект на изследване са микро и малки предприятия, предлагащи услуги в сектора на приключенския туризъм. Предмет на изследването са дигиталните комуникационни конфигурации на тези организации, които могат да ги прилагат в маркетинговите си стратегии при разработване, въвеждане и предлагане на пазара на продукти и услуги за приключенски туризъм.

Основната цел е на основата на теоретичен обзор на дигиталните маркетингови комуникации и мрежовия подход за тяхното разработване и управление, от една страна, изследване и анализ на пазара и на потребителите на приключенски туризъм в България, от друга, да бъде разработен и апробиран функционален модел за проектиране на дигитални комуникационни конфигурации в областта на приключенския туризъм. На

тази основа правилно са представени и систематизирани основните задачи (общо пет на брой).

И целта, и задачите, намирам за правилно формулирани и предоставящи достатъчно възможности за изводи и препоръки.

Описани са коректно **ограничителните рамки**, в които се осъществява научното изследване.

4. Хипотезата¹ на дисертацията е формулирана така: „в сравнение съвременните динамични пазари, силно повлияни от дигиталните технологии и постоянно изменящите се и еволюиращи комуникационни и информационни навици на потребителите, проектирането и целенасоченото управление на дигитални комуникационни конфигурации допринася за подобряване на дигиталното представяне на организациите, които ги прилагат, и им позволява своевременно да адаптират комуникационните си стратегии към динамиката на пазарните промени.“ Приемам хипотезата като достатъчно ясно формулирана и добре разгърната за целите на изследването.

5. Макар че не е строго разписан, в дисертацията е използван широко **системният подход**, базиран върху взаимосвързани аналитични и прогностични изследвания, който подход позволява да се очертаят и сегашните постижения и проблеми, и възможностите за усъвършенстване на маркетинговата комуникационна дейност в приключенския туризъм. С други думи, анализът и прогнозите разглеждат фактите и данните не всяка сама по себе си, а една чрез друга.

6. В структурно отношение дисертацията е изградена стройно и логично.

Използвана е класическата **тризвенна структура** на подобен род академични изследвания.

Първа глава се фокусира върху анализ на теоретико-методологическите постановки на дигиталните маркетингови комуникации. Изразено е собствено мнение по еволюцията на маркетинговата комуникационна парадигма, включително и по моделите на комуникационния процес, докато се стига до съвременната парадигма на комуникациите. Освен нея, анализирано е и технологичното развитие на дигиталните комуникационни средства и възможности. Обширно е третирана концепцията за дигиталните маркетингови конфигурации, включително при тяхното проектиране в приключенския туризъм. И по друга причина тази глава е възлова, а именно понеже в

¹ Редно е в началото да се залага основна хипотеза, а ако хипотезата се докаже, в края на изследването се превръща в доказана теза.

нея са разгледани методическите аспекти при проектирането на дигитални комуникационни конфигурации в приключенския туризъм.

Няма да крия че **втора глава**, посветена на анализа и оценката на дигиталното представяне на сектор приключенски туризъм в България ми допада най-много. Тук се срещат много новаторски и приносни моменти. Правилно е оценено състоянието и тенденциите на приключенския туризъм в България, включително и на потребителските нагласи. Задълбочено е и аналитичното изследване на дигиталните маркетингови комуникации в този сектор у нас. Анализът на фирмени уеб сайтове, онлайн платформи и портали за популяризиране на приключенския туризъм също е новаторски поднесен. Финалните акорди на тази глава опират в идея за мрежови модел на основни комуникационни потоци и връзки в сектора на приключенския туризъм в България.

Трета глава представя проектиране на дигитални комуникационни конфигурации в приключенския туризъм във Варненски и Бургаски черноморски туристически райони. Донякъде тя трябва да се тълкува като логическо продължение на предходната глава. Освен функционален модел за проектирането на дигитални комуникационни конфигурации в тези райони, е предложен редизайн на дигитална комуникационна конфигурация на Варненската туристическа камара, както и проект на дигитална комуникационна конфигурация на специализиран бранд за приключенски туризъм.

В **заключението** са изложени основните постулати от дисертацията, както и бъдещите научни търсения, които са възможни в това направление.

Към всичко положително бих добавил и добрата **връзка между отделните три части**. Те не стоят една след друга, а са свързани в ясна логическа последователност чрез личното отношение на докторантката.

7. Езикът е динамичен, ясен и научен, като докторантката използва понятия от различни науки. Артикулацията с различните термини е в повечето случаи коректна.

8. Добросъвестно е изследвана наша и чужда **научна литература**. Като **количество** ползваната литература е напълно достатъчна.

9. Търсените **приноси** ги синтезирам по причината, че няма издигната китайска стена между теоретични приноси (научни и научно-приложни приноси) и приноси за практиката (научно-приложни приноси):

1. Извършено е задълбочено *проучване на специализираната научна литература относно понятието „дигитална комуникационна конфигурация“*, като са изведени оригинални доказателства за неговото

особеното място и специфично значение. Допълнително е представено технологично структуриране на етапите на проектиране на дигитални комуникационни конфигурации и разработване на функционален модел за проектиране и управление на дигитални комуникационни конфигурации.

2. Чрез самостоятелна оценка на различни методологически и методически изследователски инструменти е *избрана адекватна информационна и методологична база на изследването, както и съответстващата ѝ адаптирана методика.*
3. Анализирано и оценено е *дигиталното представяне на сектор приключенски туризъм в България за целите на проектирането на ДКК.*
4. Разработени са и са приложени мрежови модели на комуникационни потоци и връзки в сектор „приключенски туризъм“ в България и на две организации, опериращи на пазара на ВЧТР и БЧТР.
5. Апробиран е *разработения функционален модел чрез проектиране на ДКК на организации, опериращи на пазара на ВЧТР и БЧТР.*

Чрез този синтез на приносите си позволявам по същество да потвърдя търсените от докторантката приноси.

11. **Публикациите** на докторантката по темата проверяват и конкретизират определени моменти от дисертационния труд. Като количество са достатъчни; като качество представляват типични академични публикации. Две от тях са тествани на конференции, което вероятно е позволило „сверяване на часовника“ с други подобни аналитични изследвания.

III. Забележки, препоръки и въпроси

Не крия че съм **силно впечатлен** както от ширината на обхват на теорията и практиката на маркетинга на приключенския туризъм, включително и по линия на дигиталните комуникации, също и от дълбочината на разсъжденията, а така и от изтънченото (финото) представяне на собственото мнение по различните въпроси.

Нямам конкретни **забележки и препоръки**, които да променят изцяло положителното ми мнение за дисертационния труд. В случая си позволявам да размишлявам по някои от нещата, които евентуално биха подобрili бъдещите изследвания на кандидатката.

1. Оценката на България че попада в топ десет на развиващите се държави с най-голям потенциал за развитие на приключенски туризъм вероятно е правилна. Но ниското качество на транспортните услуги, включващо железопътен и автобусен превоз, характерни за долната подгрупа на средно развитите страни, подсказват че има „*достъп*“ на чужди и български туристи със собствени превозни средства. Иначе „приключенският“ характер на туризма наистина ще им се стори на квадрат! В този смисъл, ако не се прилага системният подход, очакванията на едва ли не десетки хиляди романтици, копнеещи за приключенски туризъм и то именно в България, няма да се оправдаят. И пак в този дух, интересно е да се прецени максималната „производствена мощност“ на българския приключенски туризъм (разбира се, след пандемията, а не сега) за да не се надценява.
2. Все още в страни като България, характеризиращи се с последователно приложение на неолибералната доктрина, „маркетингът“ се свързва с частните собственици, даже да е зловреден. Докторантката може да разсъждава чрез бъдещите си изследвания по идеи за стабилизиране на сектора на туризма чрез *едновременни планове и регулатии от страна на държавата и същевременно по мерки и регулатии от страна на частните собственици*, които мерки да гарантират едно *по-сигурно и по-удобно допускане и ползване от страна на реалните клиенти на възможностите на приключенския туризъм в България*, а също и *по-ниско емоционално „リスクово“ преживяване и на реалните, но и на потенциалните клиенти?*
3. И две технически препоръки. Естествено е за млад академичен изследовател да се запознава предимно със световното наследство по въпроса за развитието на туризма. Бих препоръчал във „филтъра“ на изследванията да попадат и повече *български автори*, а не само далечни учени. И като добавка: българският език е достатъчно богат, за да се избягват чуждици, които не са адекватни и даже са непонятни за обикновените служители в туристическите агенции.

Отново подчертавам че това не са въпроси, на които държа точно на защитата да се дават отговори, а си заслужава по тях да се мисли в перспектива.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

Дисертационният труд отговаря на високите изисквания за съчетаване на теория, практически изследвания и произтичащи от това изводи. Той съдържа научни, научно-приложни и приложни резултати, които представляват оригинален принос и отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и Правилника за прилагане на ЗРАСРБ в ИУ-Варна. Дисертационният труд показва, че докторантката Пламена Паламарова притежава във висока степен академични познания и професионални умения, като демонстрира качества и способности за самостоятелно провеждане на научни изследвания.

Поради гореизложеното, давам своята **положителна оценка** за проведеното академично изследване, представено от рецензираните по-горе дисертационен труд, автореферат, постигнати резултати и търсени приноси, и преценявам че дисертацията е достатъчно качествена и полезна, за да бъде придобита **образователната и научната степен „доктор“** в област на висшето образование 3 „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“ 05.02.26 на Пламена Вескова Паламарова.

Дисертационният труд прави чест както на докторантката, така и на научния ръководител и обучаващата катедра, а също и на Икономическия университет като цяло. Със сигурност той ще бъде полезен студенти и преподаватели, обучавани или преподаващи в областта на туризма, а също и на туристическите организации в България.

На последното заседание на Научното жури ще гласувам безкомпромисно с „Да“.

Рецензент:

(проф. д-р Боян Любомиров Дуранков)

вторник, 03 ноември 2020 г.



№ 9120-1208/12.11.2020г.

СТАНОВИЩЕ

Относно: обявена процедура за защита на дисертационен труд на тема „Дигитални комуникационни конфигурации в приключенския туризъм в България“, по професионално направление 3.8 - Икономика, докторска програма – Маркетинг

1. Обща информация

1.1. Изготвил становището

проф.д-р Бистра Константинова Василева, Икономически университет-Варна, факултет „Управление“, катедра „Маркетинг“

Научна специалност: 05.02.26 – Маркетинг

1.2. Основание за написване на становището

Основание за написване на становището са следните документи:

- Заповед на Ректора на Икономически университет - Варна № РД-06-2642 от 06.10.2020 г.;
- Решение на факултетния съвет на факултет „Управление“;
- Решение на Научното жури от 09.10.2020 г.

1.3. Автор на дисертационния труд

докторант Пламена Вескова Паламарова, докторант задочно обучение към катедра „Маркетинг“

1.4. Тема на дисертационния труд

„Дигитални комуникационни конфигурации в приключенския туризъм в България“, в професионално направление 3.8 - Икономика, докторска програма „Маркетинг“

2. Общо представяне на дисертационния труд

Становището е написано в съответствие с изискванията на чл. 27, ал. 2 от Правилника за прилагане на закона за развитие на академичния състав в Република България и уведомително писмо от заседание на научно жури, състояло се на 9 октомври 2020 година.

Докторантът е представил всички необходими документи, включително автореферат в обем от 50 страници, списък с публикации, списък с приноси и справка-декларация за изпълнение на минимални национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, съгласно чл. 26 от ЗРАСРБ.

Темата на дисертационния труд отговаря напълно на съдържанието му и е изключително актуална предвид настоящата ситуация в туристическия сектор.



В Първа глава „Теоретико-методологически постановки на дигиталните маркетингови комуникации“ е представен теоретичен обзор на основни концепции и модели на маркетинговия комуникационен процес, проследена е еволюцията на уеб технологиите и е разгледан концептуалния модел и модулите за проектиране на дигитална комуникационна конфигурация. Във Втора глава „Изследване и анализ на дигиталното представяне на сектор „Приключенски туризъм“ в България“ докторантът обвързва разгледаните в Първа глава теоретични концепции с пазара на приключенски туризъм в България. В тази част са представени потенциала и развитието на приключенските туристически услуги в България. Очертани са основните концепции и характеристики на приключенската туристическа услуга. Авторът е направил контент анализ за оценка на дигиталните комуникации и конфигурации сред някои туристически организации и е обособил основните групи стейххолдъри за организацията в сектора. Добро впечатление прави интересният подход към разработване на профилите на потребителите на приключенски туристически услуги. Разработен е мрежови модел на комуникационните потоци в сектора. В Трета глава „Проектиране на дигитални комуникационни конфигурации в приключенския туризъм във Варненски и Бургаски черноморски туристически райони“ докторантът доразвива концептуалния модел на ДКК, представен в Първа глава чрез функционален модел за проектиране на ДКК, който впоследствие апробира в две различни пазарни ситуации в реални организации, предлагащи приключенски туристически услуги.

3. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд (съответствие на изискванията по 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) и мнение относно коректността на автореферата на дисертацията.

3.1. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд.

В структурно отношение дисертацията се състои от увод, три глави, заключение, таблици, фигури и приложения в общ обем от 263 страници. Главите са балансираны като обем и структура. Всяка глава в структурно отношение се състои от три параграфа. Използваната литература включва 253 източника. Авторът използва коректно и прецизно специализираната литература в различни части на дисертацията.

Обектът, предметът, целта и задачите са ясно и прецизно формулирани. Ограниченията на изследването са обосновани и аргументирани. Методиката на изследването и изследователският инструментариум съответстват на поставените задачи, а тяхното реализиране води до изпълнение на поставената цел и дефинираната теза.

Извод:

Структурата и съдържанието на дисертационния труд са методически коректно подредени, много добре организирани и логически обвързани. Обемът на разработката е достатъчен за изпълнение на поставената цел и аргументирано доказване на дефинираната теза. Във всеки от параграфите авторът обобщава теоретичните



постановки или резултати от проведени изследвания и отразява аргументирано своето мнение.

3.2. Мнение относно коректността на автореферата на дисертацията.

Авторефератът е написан в съответствие с изискванията.

В него авторът е представил актуалността на изследването, включително обект, предмет, цел и задачи на изследването, методика и ограничения на изследването. Съдържанието и основните части на дисертационния труд са представени коректно и в съответствие с изискванията към автореферата.

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

Научните и научно-приложните приноси в дисертационния труд са изведени в резултат на проведените от автора задълбочени изследвания и анализи. Те са формулирани коректно и съответстват на представеното в отделните части на дисертационния труд.

Представени са пет основни приноси, първите два от които могат да се определят като научни приноси, а именно:

1. Прецизиране на понятието „дигитална комуникационна конфигурация“ и неговото приложение в комуникационните стратегии на организациите, разработване и внедряване на методика за анализ и оценка на дигиталното представяне на организациите.
2. Технологично структуриране на етапите на проектиране на дигитални комуникационни конфигурации и разработване на функционален модел за проектиране и управление на дигитални комуникационни конфигурации.

Следващите три приноса по своята същност са научно-приложни:

1. Анализ и оценка на дигиталното представяне на сектор „Приключенски туризъм“ в България и туристическите ресурси във ВЧТР и БЧТР за целите на проектирането на ДКК.
2. Разработване и прилагане на мрежови модели на комуникационни потоци и връзки в сектор „Приключенски туризъм“ в България и две организации, предлагащи приключенски туристически услуги, опериращи на пазара на ВЧТР и БЧТР.
3. Апробиране на разработения функционален модел чрез проектиране на дигитални комуникационни конфигурации на организации, предлагащи приключенски туристически услуги, опериращи на пазара на ВЧТР и БЧТР. Извеждане на приоритетни решения за внедряване на ДКК в комуникационната стратегия на фирмите.

5. Критични бележки и препоръки.

Темата на дисертационния труд е изключително актуална и същевременно динамична, което поставя въпроса за по-детайлно изследване на архитектурата и дизайна



на дигиталните комуникационни конфигурации в различни пазарни ситуации и крос-културна среда, вкл. динамично и гъвкаво (agile) проектиране, перонализация на ДКК в реално време спрямо персоната (индивидуалния профил) на потребителя. Направените апробации – редизайн на ДКК на Варненска туристическа камара и проект на ДКК на нов бранд за приключенски туризъм са изключително интересни и с висока степен на приложимост, но са недостатъчни за формулиране на заключения от теоретико-методологическо същество и насоки за практическо приложение на ДКК в различни пазарни сценарии. Това може да бъде добра отправна точка за последващото кариерно развитие на дисертанта.

6. Въпроси към дисертанта.

1. При какви условия и в кой модул на функционалния модел за проектиране на ДКК може да се приложи изкуствен интелект?
2. Кои са ключовите предизвикателства и критичните фактори за успех при реализирането на проекта за ДКК на бранд Thrilly (от практико-приложна гледна точка)?

7. Заключение.

Като научен ръководител съм убедена, че Пламена Вескова Паламарова отговаря на условията и изискванията за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ по обявена процедура в ИУ-Варна в съответствие с Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИУ-Варна. Констатациите и изводите, които са изведени в становището по отделните изисквания ми позволяват да дам положителна оценка и да гласувам с „ДА“ за придобиване от Пламена Вескова Паламарова на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.8 – Икономика.

12.11.2020 г.

гр. Варна

Изготвил становището:

(проф.д-р Бистра Василева)

относно дисертационен труд
 за присъждане на образователна и научна степен „Доктор“ по докторска програма
 „Маркетинг“ на Икономически университет - Варна

Автор на дисертационния труд:	Пламена Вескова Паламарова
Тема на дисертационния труд:	ДИГИТАЛНИ КОМУНИКАЦИОННИ КОНФИГУРАЦИИ В ПРИКЛЮЧЕНСКИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ
Изготвил становището:	Доц. д-р Тодор Борисов Кръстевич Стопанска академия „Д. А. Ценов“, кат. „Маркетинг“
Научна специалност на автора на становището:	Маркетинг

(Становището е изгответо на основание Заповед № РД-06-2642 от 06.10.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна, на основание чл. 9 от Закона за развитие на академичния състав в Република България, чл. 30, ал. 3 от Правилника за прилагането му, чл. 36, ал. 3 от Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Икономически университет – Варна и решение на Факултетния съвет на факултет Управление (Протокол №13 от 29.09.2020 г.)

1. Общо представяне и форма на дисертационния труд

За изготвяне на настоящото становище е изхождано от представения по процедурата пакет документи, включващ дисертационен труд, автореферат със справка с приносите на докторанта, декларация за оригиналност, копия от публикациите на докторантката по темата на дисертацията, както и творческа ѹ автобиография.

Дисертационният труд е в обем 265 страници. Състои се от увод, три глави и заключение. Съдържа 15 приложения. В текста са поместени 25 таблици и 42 фигури. Авторката се позовава на 254 литературни източници, нормативни документи и уеб ресурси (в т.ч. уеб сайтове и електронни документи). От тях 18 са на български, а останалите на английски език. Източниците са използвани добросъвестно и с малки технически пропуски са цитирани в съответствие с академичния стандарт APA.

Авторефератът отразява адекватно основните моменти от съдържание и постигнатите резултати, описани подробно в дисертационния труд, научните приноси и публикациите по темата. Авторката осигурява публичност на резултатите от изследователската работа по темата на дисертацията чрез публикуването на една самостоятелни статии на английски език и два самостоятелни научни доклада на български език, отпечатани в сборници от конференции. Проблемите, които се обследват в публикациите, кореспондират пряко с контекста на изследваната тема.

2. Коментари по съдържанието на дисертационния труд

2.1. Актуалност на научния проблем

Разработената тема се вмества в проблемна област, която дори Институт за маркетингова наука (Marketing Science Institute) извежда като един от основните изследователски приоритети на маркетинговата наука и в управлението на маркетинга за периода 2020 – 2022 година, а именно – възходът на омниканалната комуникация и дистрибуция¹. Посвещавайки вниманието и усилията си върху един от аспектите този проблем – проектиране на дигитални комуникационни конфигурации на бизнесорганизации, опериращи в сектора на приключенския туризъм, авторката на практика се опитва да приведе в съответствие принципите на маркетинговата наука в действие. В тази смисъл, следва да се адмирира удачния избор на тема и предмет на изследване.

2.2. Адекватност на дефинираните обект, предмет, изследователски цели и задачи

Заглавието на дисертацията директно насочва към изследователския проблем. Предметът на изследване е ясно дефиниран. Известни резерви изказвам по отношение на дефиницията на обекта: „... микро и малки предприятия, предлагащи (или готвещи се да въвеждат) услуги в сектора на приключенския туризъм в България...“. Обектът е по-скоро комуникационните активности на тези предприятия, а предметът – проектиране и оптимизиране на дигитални комуникационни конфигурации като инструмент на комуникационната им политика. Тезата (с. 12) е декларирана изключително широко. При защитата ѝ липсват някои типични за научното изследване компоненти, като напр. изследователски хипотези, с проверката на които да се докаже самата теза. Остава се с впечатление, че тезата е защитена само епистоларно, на базата на логически изводи и заключения. Този подход обаче считам за допустим, отчитайки инструменталния характер на изследването. Целта и задачите на изследването (с. 11-12) са дефинирани ясно и стегнато. Четвъртата изследователска задача е излишна, тъй като се припокрива почти изцяло с дефиницията на целта.

2.3. Адекватност на изследователския подход

Авторката подхожда традиционно към теоретичната част на изследването, използвайки пространен литературен мета анализ и синтез, стремейки се към теоретични обобщения и заключения. Положително впечатление прави изключително прецизния изказ в първата, глава на дисертацията – много сила и съдържателно насытена. Авторката има развит усет към детайла, демонстрира способност за осигуряване на проследимост на взаимовръзките между понятия и категории, умеет да откроява проблемни области и ги изследва систематично. В ретроспективен порядък, детайлно, проследимо и информативно са систематизирани моделите на комуникационния процес (Гл. I, т. 1.1.3) в контекста на комуникационните теории и процеси (Гл. I, т. 1.1.3). Адмирирам за създадената диаграма да с. 30, фиг. 1-4, систематизираща етапите и ключовите особености на еволюцията на учеб технологиите, както и за адаптацията на потребителската функция за „пътя“ на потребителя вземане на решение за покупка в дигитална среда (Фиг. 1-6, с. 36). Интересно е заимстването на понятийни и инструментални постановки от теорията на мрежите и в

¹ Вж. Marketing Science Institute Research Priorities 2020-2022, p. 10: <https://bit.ly/3kqpNP7> (12.11.2020)

частност, на комуникационните мрежи. Задълбочено е разгледана веригата от релации “Конфигурация → Комуникационна конфигурация [мрежа → комуникационна мрежа → комуникационна мрежова структура → мрежова конфигурация → организационна конфигурация → компютърна конфигурация] → Дигитална комуникационна конфигурация → Маркетингова комуникационна схема (вж. гл. I, т. 2.2). Предложен е и е аprobiran сполучлив функционален модел за проектиране на дигитални комуникационни конфигурации на бизнесорганизация. Независимо, че аprobацията е извършена на примера на агенти от туристическия бранш, предлагачи нишево ориентиран туристически продукт, този модел би могъл да се прилага и универсално.

Авторката се позовава се на авторитетни и интензивно цитирани от академичната общност научни публикации. Налице е сериозна и задълбочена литературна дискусия, завършваща на етапи с оценъчен момент. Забелязват признания на интердисциплинарен подход при теоретичния анализ и понятийната база на изследването, основаващ се на логически препратки между етимологията на понятийния апарат на маркетинга с този на системната теория и теорията на социалните мрежи.

Отчитайки спецификата на предмета изследване, авторката съвсем резонно е избрала метода за анализ на социални мрежи като адекватен инструмент за постигане на целите на дисертацията. За по-тясното рамкиране на обекта са използвани актуални вторични данни. Декларирано е използването на качествени експлоративни техники (дълбочинни полуструктурни интервюта), както и емпирично количествено изследване чрез допитване до потребители на приключенска туристическа услуга. В резултат на последното са идентифицирани и профилирани пазарни сегменти.

Нямам основания да се съмнявам, че набирането на вторични и първични данни и тяхната обработка е проведено в съответствие с добрите практики и стандарти и е съобразено с етичните норми за анонимност и конфиденциалност на респондентите.

2.4. Оценка на изпълнението и дискусионни полета

Целевата установка на авторката е конкретизирана в „...разработването и аprobiranето на функционален модел за проектиране на дигитални комуникационни конфигурации в областта на приключенския туризъм...“. Като цяло приемам, че целта е изпълнена. Изказвам определени резерви относно адекватността и емпиричното конструиране на мрежовите комуникационни модели на с. 144 и с 146. На места обаче е налице прекъсната логика. Например, на с. 53 се цитира подход към комуникационната стратегия, включва конфигурацията на четири аспекта на комуникациите: честота, посока, модалност и съдържание на комуникациите. В последствие този подход изобщо не се визира/използва/изследва. Първите две точки от Втора глава, макар и интересни и съдържателни, не кореспондира пряко с предмета на изследване. Дигиталният одит на уеб сайтове, потребителски профили и/или анализа на социодемографията на потребителите на ПТУ с какво допринася за постигане на целите на проучването? Ако счетем, че т.1 и 2. От тази глава са „подгряващи“, едва в т.3. фокусът е ориентиран към проблематика, кореспондираща с изследвания предмет.

Позволявам си да констатирам известни методически неясноти (напр. с 81, „... предвид са взети единствено връзките със средна оценка над 3 (над 50%), при положение, че данните са 0/1.

Дискусионни са и съставените мрежови модели на ДКК. Предвид деклариранияте ограничения на с. 143, моделите, представени на с. 144, фиг. 2-16 и на с. 146, фиг. 2-17, имат ограничена познавателна и аналитична стойност. Същите изпълняват илюстративна роля и връзката им с емпирична база е прекъсната поради използването на експертни оценки и наложено (по необясними причини) агрегиране (вж. ограничения 1, 2 и 3 на с. 143), въпреки, че явно са били налице емпирични данни от наблюдения на индивидуално равнище (на равнище „актьор“). Освен това, поради ограничение 4 на с. 143, комуникационната конфигурация не може да се интерпретира като чисто „дигитална“, а това влиза в известен конфликт с предмета на изследване – ДКК).

Правят се интересни изводи от анализа на общия мрежови модел на с. 144, които обаче почиват на чисто субективни оценки – напр. интерпретира се броя на изходящите връзки към определени групи стейкхолдъри, като преди това (на с. 143, ограничение 3) се признава, че посоката на връзките е определена на базата на експертна оценка. Освен това, от всички възможни показатели за анализ на социални мрежи на агрегирано равнище, авторката е коментирала единствено и само плътността (насitenостта) и броя на изходящи/входящи връзки в мрежата. Извън полезрението ѝ са останали показателите за оценяване на отделните възли или „точки“, според възприетата от нея терминология). Поради това ролята на отделните „актьори“ е останала неизяснена. Априорното им групиране според видим признак едва ли е достатъчно за разбиране на действителната им роля в мрежовата конфигурация. Би било много полезно на базата на дезагрегирани показатели за SNA и въз основа на персоналните социограми да се идентифицират „неформални“ групи в съответните мрежови конфигурации. По признание на авторката (вж. с. 147, ред 14), изводите са изведени само и единствено на базата на визуална инспекция.

3. Идентифициране и оценяване на научно-приложните приноси в дисертацията

Позитивно впечатление оставя прочита на проведенния литературен анализ и на негова база изведения синопсис на проблеми и решения, свързани с проектирането на комуникационни конфигурации в дигитална среда. По конкретно, като постижения на авторката могат да се изтъкнат:

- Подробния теоретичен обзор на маркетинговите комуникационни тенденции и концептуалното представяне на дигиталните маркетингови конфигурации.
- Предложения шаблон, описващ процес и елементи за конструиране на комуникационна конфигурация на дигитални комуникационни канали с неплатена форма, наименуван с абревиатурата СЗЕ (Гл. I, фиг. 1-10 и с. 63-65, 68), както и етапи („модули“) за проектиране на дигитални комуникационни конфигурации за сектора „Приключенски туризъм“.
- Резултатите от анализа на емпирично наблюдение с помощта на качествени методи (кабинетно проучване и дълбочинни интервюта) и количествени методи.

Преминато е през обичайните стъпки на контент анализ, статистически обобщения и оценки на вторични и първични данни, като безспорно най-интересен момент е опитът за изграждане на мрежови модел на комуникационните потоци в сектора на приключенския туризъм в България.

- Опитът да се приложат техники за анализ на социални мрежи в контекста на обекта и предмета на изследване.
- Предложението е модел (под формата на блок-схема / процесна диаграма) за проектиране на дигитални комуникационни конфигурации, както и проектираната схема за информационен обмен в рамките на ДКК, в контекста на туристически оператор, предлагащ приключенски активности.
- Проектирането с помощта на предложения модел на ДКК в два реални проекта – на организация, вече предлагаща туристически услуги с приключенски характер (одит и предложение за подобряване) и на организация, която планира въвеждането на този вид услуги.

Макар и подлежаща на дискусия относно емпиричната валидност, най-важният принос представлява предложената теоретико-методологическа и процесна рамка за набиране на информация, необходима за проектирането на ДКК на организации, опериращи в сферата на приключенския туризъм.

4. Критични бележки и въпроси за доизясняване

Всяко приложно научно изследване, базиращо се на емпирични данни и „произвеждащо“ инструментариум, следа да бъде възпроизведимо. Възпроизводимостта според нас означава, че анализите на данните, научните твърдения и разработените модели следва да се публикуват с техните първични данни и да разкриват „черната кутия“ на автора. В този смисъл, предложената дисертация би спечелила, ако първичните и вторичните данни, на базата на които е извършен анализа, бъдат предоставени за свободен достъп. Защитавайки принципите за възпроизвеждаемост и прозрачност на резултатите от научните изследвания в областта на маркетинговата наука, авторката би извлякла само позитиви и академично признание.

Освен тази принципна бележка (имаща по-скоро характер на пожелание), си позволявам да помоля авторката за вземе отношение по време на защитата по следните конкретни въпроси:

- (1) Какво е основанието за категоризиране на комуникационните маркетингови конфигурации на малки (до 10 възли и големи, над 10 възли, вж. с. 59)?
- (2) Ама ли публично достъпни данни за дела на приключенския туризъм в общите приходи от туризъм в страната? В т. 1.2 от втора глава не откриваме подобни данни и се декларира на с. 96, че такива към 2020 липсват?
- (3) Как конкретно (с какъв инструментариум) е достигнато до идентифицирането на основните сегменти клиентски групи и тяхното профилиране (вж. с. 132, 134 – 139) и защо този аналитичен процес не е представен в дисертацията?

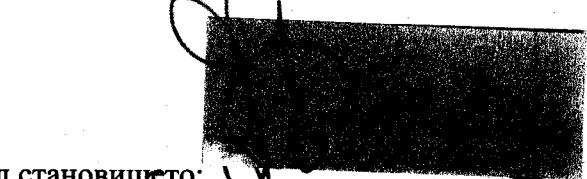
- (4) При съставянето на т.нар. „матрица на приближеност“ на Варненската туристическа камара, какъв е източника на „... входящи данни за моментното състояние на заинтересованите лица ...“ (с. 173 и Приложение 14) и защо няма посоки и тегла? При положение, че на фиг. 3 – 5 на с. 174 е изобразен насочен граф, посоката на векторите експертно ли е определена? Никъде ли не е констатирана двупосочна комуникация (напр. чрез FB и/или имейл)?

Надявам се, че маркираните въпроси и коментари ще бъдат възприемани като добронамерени и конструктивни, и ще послужат като опорни точки за дискусия по време на защитата.

5. Заключение

Общото ми впечатление от представения дисертационен труд е, че е налице сериозен теоретичен анализ и синтез на актуална маркетингова проблематика. С нея авторката се присъединява към колегията от изследователи, които „изповядват“ идеята, че оптималните маркетинговите решения не следва да се базират на само интуиция/или споделени ментални модели, а на емпиричен анализ и количествена експертиза. Считам, че авторката демонстрира задълбочени знания в областта на комуникационната политика в дигитална среда и има необходимите качества за провеждането на самостоятелни научни изследвания. Представеният научен труд покрива изискванията на ЗРАСРБ и правилниците за неговото прилагане. Водейки се от тези констатации, позволявам си да предложа на уважаемото Научно жури да присъди образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“ на докторант **ПЛАМЕНА ВЕСКОВА ПАЛАМАРОВА** и й пожелавам успешна академична кариера.

Дата: 12.11.2020 г.

Изготвил становището: 
(Доц. д-р Тодор Кръстевич)