



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • www.ue-varna.bg

Бх. № РД-06-891 / 14.08.2020г.

СТАНОВИЩЕ

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 Златка Иванова Тодорова -Хамдан на тема „*Позициониране на морски курортен комплекс на емитивен туристически пазар (по примера на к.к., Златни пясъци“ на германския пазар”*“ 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-06-1514/06.07.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за определяне на Научно жури и Протокол № 1 от заседание на Научното жури от 09.07.2020 г.

2. Общо представяне на дисертационния труд

Разработката е посветена на актуалната проблематика за маркетинговите взаимоотношения между туристическите дестинации и пазарите, от които привличат и обслужват туристи.

Избран е конкретен обект на изследване в лицето на к.к. „Златни пясъци“, предлагащ туристически си продукт на германския емитивен пазар.

Правилно е дефиниран предметът на изследването, отнасящ се до позициониране на туристическа дестинация на емитивен пазар.

Основната цел на разработката кореспондира с разработването на модел за пазарно позициониране на морска дестинация, чрез който да се анализират настоящите и да се очертаят бъдещите пазарни позиции на курортен комплекс „Златни пясъци“ спрямо водещи конкуренти на германския емитивен пазар за морски ваканционни пътувания.

В разработката успешно се проверява и доказва изследователската теза, че пазарното позициониране на туристическата дестинация е функция на потребителските преживявания, които тя формира в своите посетители в сравнение с потребителските преживявания, формирани от конкурентни дестинации. В частност се проверява хипотеза, че на основата на потребителските преживявания курортен комплекс „Златни пясъци“ е в по-неблагоприятна пазарна позиция спрямо своите основни конкуренти.

Формулираната теза е конкретизирана в три коректни изследователски хипотези, които се проверяват в процеса на изследването – хипотеза 1 „Удовлетвореността на туристите от предлаганите възможности за морски

рекреативен туризъм в к.к „Златни пясъци“ не надхвърля техните предварителни очаквания“; хипотеза 2 „К.к „Златни пясъци“ не превъзхожда преките си конкуренти по сътношението „качество-цена“; хипотеза 3 „К.к „Златни пясъци“ се свързва основно с имиджа на АСО дестинация“.

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

Използваната методика на изследване е в съответствие с поставената научна цел и изследователските задачи и включва: научен синтез за систематизиране на същността и характеристиките на потребителското преживяване на туристите; статистически методи (анализ на единомерни емпирични разпределения, дескриптивен анализ, методи за анализ на зависимости, непараметричните методи за многомерно скалиране за съставяне на перцепционна карта на морски туристически дестинации); неструктурно дълбочинно интервю за определяне на характеристиките на потребителското преживяване на туристите относно морска туристическа дестинация; неструктурно дълбочинно интервю за определяне основните конкуренти на морска туристическа дестинация; структурирана анкета с рейтингови оценки за характеристиките на потребителското преживяване на туристите в морски курортен комплекс; структурирана анкета с рейтингови оценки за характеристиките на морски курортен комплекс от гледна точка на туроператорите и хотелиерите, изпращащи и обслужващи туристи в тези дестинации.

3. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Разработката е с общ обем 233 страници. Структурата на дисертационния труд отговаря на поставените изследователски цел и задачи. Включва всички задължителни елементи: увод (6 стр.), изложение в три глави (210 стр.), заключение (5 стр.), списък на използвана литература (12 стр.). Основният текст съдържа 23 таблици и 76 фигури. Към дисертационния труд има 5 приложения (27 стр.).

Списъкът с използвана литература съдържа общо 251 източника, в т.ч. 50 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 пазарното позициониране на морски курортен комплекс на емитивен туристически пазар. Синтезирана е методология на позиционирането на морски курортен комплекс на емитивен пазар. Методологията се основава на разработен от авторката теоретичен модел за позициониране на морски курортен комплекс на емитивен пазар. Моделът отразява взаимовръзките между характеристиките на дестинацията, преживяванията на туристите и удовлетвореността им от дестинацията и представя интегративно компонентите на туристическата дестинация през призмата на концепцията за маркетинговия микс.

Втора глава е посветена на анализа на позициите на к.к „Златни пясъци“ на германския пазар. Направена и подробна характеристика на туристическия

пазар във Федерална република Германия. Разграничени са и са характеризирани конкуренти на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар - к.к., „Слънчев бряг“, Анталия в Турция и Ситония в Гърция. Направена е оценка на конкурентните позиции на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар. Оценено е предлагането на к.к „Златни пясъци“ според германските туристи и са установени пазарните позиции на к.к „Златни пясъци“ според германските туроператори.

В трета глава на дисертационния труд се представят възможните насоки за усъвършенстване на позиционирането на к.к. „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар. Обобщени са силните и слабите страни на к.к „Златни пясъци“ като туристическа дестинация. Изведени са тенденции в туристическото търсене на германския емитивен пазар. Формулиран е стратегически маркетингов микс за позициониране на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар.

Дисертационният труд е представен във форма, отговаряща на изискванията за монография. В него присъства научно-приложно решение на реален практически проблем, свързан с маркетингов подход при позиционирането на туристическа дестинация на емитивен туристически пазар.

Отчитайки характеристиките на дисертационния труд, можем да заключим, че по вид, обем и атрибути той отговаря на изискванията на чл. 27, ал. 2 от ППЗРАСРБ, както и на условията за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ в ИУ-Варна.

Кандидатката представя автореферат, който отразява в достатъчна степен разработения научен труд. Представените публикациите по дисертационния труд - 1 самостоятелна статия в реферирано издание и 3 доклада покриват изискванията за 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 позициониране на морски курортен комплекс на емитивен пазар на основата на взаимовръзките между характеристиките на дестинацията, преживяванията на туристите и удовлетвореността им от дестинацията.

Разработката съдържа приноси с практико-приложен характер както следва:

Първо, анализ на германския емитивен пазар и извеждане на тенденциите в неговото развитие.

Второ, мащабно емпирично проучване на германски туристи и туроператори, чрез което е установена пазарната позиция на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар на сравнителна основа с разграничение на значими национални и чуждестранни конкуренти.

Трето, очертани са насоки за подобряване на позицията на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен туристически пазар чрез формулиран стратегически маркетингов микс на дестинацията

5. Критични бележки и препоръки

Нямам съществени критични бележки по отношение на дисертационния труд. Препоръката ми към Златка Иванова Тодорова -Хамдан е да продължи и разшири изследователската си дейност по проблематиката на конкурентното

представяне на туристическите дестинации от различен вид и ранг на целеви емитивни пазари.

6. Заключение

Представеният дисертационен труд отговаря на изискванията на чл. 6 (3) от Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), чл. 27 (1) и (2) от Правилника за неговото прилагане (ППЗРАС), както и на чл. 34 (2) и (3) от Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИУ - Варна (ПУРПНСЗАД).

Златка Иванова Тодорова -Хамдан притежава познания относно научните постижения в туристическата теория и практика. Способна е да провежда самостоятелно научно изследване в областта на туризма, използвайки съвременните научни методи и подходи. Разработката съдържа приноси както в теоретико-методологически, така и в приложен аспект и може да се използва за усъвършенстване на позиционирането на туристическа дестинация на емитивни пазари.

Достойнствата на дисертационния труд ми дават основание да му дам **положителна оценка** и да гласувам 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 Златка Иванова Тодорова -Хамдан.

10.08.2020 г.

Варна

Изготвил становището

проф. д-р Стоян Марин



СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р Красимир Владимиров Александров, Аграрен университет – Пловдив, катедра „Туризъм“. 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 Златка Иванова Тодорова -Хамдан на тема „Позициониране на морски курортен комплекс на емитивен туристически пазар (по примера на к.к „Златни пясъци“ на германския пазар)“ 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 изготвяне на становището

Заповед № РД-06-1514/06.07.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за определяне на Научно жури и Протокол №: 1 от заседание на Научното жури от 09.07.2020 г.

2. Общо представяне на дисертационния труд

Разработката представя актуални проблеми свързани с основни маркетингови въпроси за туристическите дестинации, поведението им на генериращите пазари с обект на изследване к.к „Златни пясъци“, предлагаш туристически си продукт на германския пазар.

Предметът на изследването, относящ се до *позициониране на туристическа дестинация* на емитивен пазар, е коректно определен.

Разработен е модел за пазарно позициониране на морска дестинация. По този начин се анализират настоящите и бъдещите пазарни позиции на курортен комплекс „Златни пясъци“ спрямо водещи конкуренти на германския емитивен пазар за морски ваканционни пътувания.

Изследователската теза, че пазарното позициониране на туристическата дестинация е функция на създадените потребителските преживявания на своите посетители в сравнение с потребителските преживявания, формирани от конкурентни дестинации, се проверява и доказва успешно.

Предложени са три коректни изследователски хипотези, които биват проверени в изследването – първа хипотеза: „Удовлетвореността на туристите от предлаганите възможности за морски рекреативен туризъм в к.к „Златни пясъци“ не надхвърля техните предварителни очаквания“; втора хипотеза: „К.к „Златни пясъци“ не превъзхожда преките си конкуренти по съотношението

„качество-цена“; трета хипотеза „К.к „Златни пясъци“ се свързва основно с имиджа на АСО дестинация“.

Дисертацията е разработена на базата на изчерпателен преглед на наличните публикации по темата, както и чрез провеждането на самостоятелно емпирично изследване.

Методиката на изследването е в съответствие с поставената научна цел и изследователските задачи и включва: научен синтез за систематизиране на същността и характеристиките на потребителското преживяване на туристите; статистически методи (анализ на едномерни емпирични разпределения, дескриптивен анализ, методи за анализ на зависимости, непараметричните методи за многомерно скалиране за съставяне на перцепционна карта на морски туристически дестинации); неструктурно дълбочинно интервю за определяне на характеристиките на потребителското преживяване на туристите относно морска туристическа дестинация; неструктурно дълбочинно интервю за определяне основните конкуренти на морска туристическа дестинация; структурирана анкета с рейтингови оценки за характеристиките на потребителското преживяване на туристите в морски курортен комплекс; структурирана анкета с рейтингови оценки за характеристиките на морски курортен комплекс от гледна точка на туроператорите и хотелиерите, изпращащи и обслужващи туристи в тези дестинации.

3. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Представената дисертация е с общ обем 233 страници. Включва всички задължителни елементи: увод (6 стр.), изложение в три глави (210 стр.), заключение (5 стр.), списък на използваната литература (12 стр.). Основният текст съдържа 23 таблици и 76 фигури. Към дисертационния труд има 5 приложения (27 стр.).

Използваната литература съдържа общо 251 източника, в т.ч. 50 Интернет сайта със специализирана информация.

В първа глава на дисертацията се допълва теорията за пазарното позициониране на морски курортен комплекс на емитивен туристически пазар. Методологията се базира на авторски теоретичен модел за позициониране на морски курортен комплекс на емитивен пазар. Моделът отразява взаимовръзките между характеристиките на дестинацията, преживяванията на туриста и удовлетвореността им от дестинацията и представя интегративно компонентите на туристическата дестинация спрямо концепцията за маркетинговия микс.

Във втора глава се анализират позициите на к.к „Златни пясъци“ на германския пазар. Детайлно се характеризира туристическия пазар в Германия. Разграничени са и са формулирани конкурентите на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар - „Сълнчев бряг“, Анталия и Ситония. Оценени са конкурентните позиции на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар. Оценено е предлагането на к.к „Златни пясъци“ според германските туристи и

са определени пазарните позиции на к.к „Златни пясъци“ според германските туроператори

Третата глава на дисертацията представя възможните насоки за усъвършенстване на позиционирането на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар. Разгледани са силните и слабите страни на к.к „Златни пясъци“ като туристическа дестинация. Определени са тенденции в туристическото търсене на германския емитивен пазар. Формулиран е стратегически маркетингов микс за позициониране на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар.

Считаме че структурата и съдържанието на дисертационния труд, отговарят на изискванията на чл. 27, ал. 2 от ППЗРАСРБ, както и на условията за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ в ИУ-Варна.

Кандидатката представя автореферат, който напълно отразява разработения дисертационен труд. Представени са публикации по дисертационния труд - 1 самостоятелна статия в реферирано издание и 3 доклада покриват изискванията за необходимия брой заглавия за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

4. Научни и научно приложни приноси в дисертационния труд

1.Научен принос с теоретико-методологически характер е разработеният теоретичен модел за позициониране на морски курортен комплекс на емитивен пазар на основата на взаимовръзките между характеристиките на дестинацията, преживяванията на туриста и удовлетвореността му от дестинацията.

2. Приносите с практико-приложен характер са:

- Анализ на германския емитивен пазар и извеждане на тенденциите в неговото развитие.
- Емпирично проучване на германски туристи и туроператори, чрез което е установена пазарната позиция на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар на сравнителна основа с разграничение на значими национални и чуждестранни конкуренти.
- Дадени са насоки за подобряване на позицията на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен туристически пазар чрез формулиран стратегически маркетингов микс на дестинацията.

5. Критични бележки и препоръки

Препоръчвам на докторанта да продължи да работи по проблематиката за успешното пазарно позициониране на морските туристически дестинации , и да споделя постигнатите резултати в нови публикации.

Представеният дисертационен труд отговаря на изискванията на чл. 6 (3) от Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), чл. 27 (1) и (2) от Правилника за неговото прилагане (ППЗРАС), както и на чл. 34 (2) и (3) от Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИУ - Варна (ПУРПНСЗАД)

Разработеният дисертационен труд показва, че Златка Иванова Тодорова - Хамдан притежава познания относно научните постижения в туристическата теория и практика. Способна е да провежда самостоятелно научно изследване в областта на туризма, използвайки съвременните научни методи и подходи. Представеният дисертационен труд съдържа приноси както в теоретико-метеорологически, така и в приложен аспект и може да се използва за туристическото развитие на морските дестинации.

Достойнствата на дисертационния труд ми дават основание да дам положителна оценка и да гласувам за присъждането на образователна и научна степен „доктор“ на Златка Иванова Тодорова -Хамдан .

20.08.2020 г.

Изготвил становището:

Пловдив

доц. д-р Красимир Александров

Красимир Александров
(М)

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)“

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

от проф. д-р Братой Георгиев Копринаров
Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас
Катедра „Маркетинг и туризъм“

за дисертационния труд на Златка Иванова Тодорова -Хамдан, докторант в катедра „Икономика и организация на туризма“ към ИУ – Варна на тема „Позициониране на морски курортен комплекс на емитивен туристически пазар (по примера на к.к. „Златни пясъци“ на германския пазар“ за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.9. „Туризъм“, докторска програма „Икономика и управление (туризъм)“

1. Основание за написване на становището

Заповед № РД-06-1514/06.07.2020 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за определяне на Научно жури и решение на факултетния съвет на факултет „Управление“ (Протокол № 12 от 01.07.2020) г.

2. Общо представяне на докторанта

Златка Иванова Тодорова -Хамдан е родена на 26. 04. 1963 г.

Златка Тодорова – Хамдан придобива висше образование, ОКС „проф. бакалавър“ през 1985 в ИМТ „Иван Вазов“ (Колеж по туризъм – Варна) и ОКС „магистър“ специалност „Международен туризъм“ в 1992 г. в Икономически университет Варна

Кандидатката придобива и втора ОКС „магистър“ в специалност „немска филология“ през 2016 в Шуменски университет „Епископ Константин Преславски“.

Професионалната кариера на Тодорова-Хамдан в сферата на туризма започва през 1983 г., като заема последователно следните длъжности:

-01.04.1999г. – '30.09.2011 г. съсобственик и управител на туроператорска фирма „Лазарова Травел“ ООД;

01.08.1994 -01.04.1999 г. маркетинг мениджър в „Златни пясъци Травел“ООД;

-1983 г. -1993 г. -ТК „Златни пясъци“ –екскурзовод, методист с немски и чешки език, зав.отдел „Скандинавски страни“

От август, 2016 г. до днес - асистент в Катедра „Туризъм“, Колеж по туризъм –Варна при ИУ-Варна;

Златка Тодорова-Хамдан е зачислена в задочна докторантura по докторска програма „Туризъм“ при катедра „ИОТ“ със Заповед № РД-17-334 от 01.02.2016 на Ректора на ИУ-Варна. След изпълнение на планираните задачи по докторската си програма кандидатът е отчислен с право на защита със Заповед № РД 17-414 от 14.02.2020 г. на Ректора на ИУ-Варна. Дисертационният труд е представен и обсъден в първичното звено - катедра „ИОТ“, където е открита процедурата по защита /Протокол №11 от 24.06.2020 г./.

3.Общо представяне на дисертационния труд

Изключително ясно и точно е дефиниран предметът на научното изследване, позициониране на туристическата дестинация на емитивен пазар.

Научната цел на предложния дисертационен труд е на основата на разработването на модел за пазарно позициониране на морска дестинация, да се анализират пазарните позиции на курортен комплекс „Златни пясъци“ спрямо водещи конкуренти на германския емитивен пазар за морски ваканционни пътувания и да се определят насоките за усъвършенстване на пазарното позициониране на к.к „Златни пясъци“.

В научната разработка, авторът отстоява тезата, че пазарното позициониране на туристическата дестинация е функция на потребителските преживявания, които тя формира в своите посетители в сравнение с потребителските преживявания в конкурентни дестинации.

Докторант Златка Тодорова-Хамдан формулира и застъпва хипотезата, че на основата на потребителските преживявания курортен комплекс „Златни пясъци“ е в по-неблагоприятна пазарна позиция спрямо своите основни конкуренти. За доказване на своята теза, авторът на дисертационния труд проверява редица хипотези, свързани с удовлетвореността на туристите от предлаганите възможности за морски рекреативен туризъм в к.к „Златни пясъци“ и възможността да превъзхожда преките си конкуренти по съотношението „качество-цена“.

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.

Авторската намеса на докторанта е съобразена с изискванията на използванието 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.

Приносен момент още в първа глава е предложението авторов „Модел за анализ и оценка на морски курортен комплекс“. Според автора, „в модела е кодирано разбирането, че анализът и оценката на пазарните позиции на туристическата дестинация се извършват на сравнителна основа, включваща очакванията и възприятията на туристите, от една страна, и реалните преживявания на туристите от друга страна.“

Втора глава в структурен и логичен аспект е посветена на анализ на позициите на к.к. „Златни пясъци“ на германския пазар. На основата на задълбочен анализ на конкурентните предимства и характеристики на морските курорти „Ситония“ (Гърция), „Анталия“ (Турция), „Сълнчев бряг“ и „Златни пясъци“, както и на данните от емпиричното проучване, докторант Хамдан утвърждава частично допуснатите хипотези.

Водещ извод от страна на докторант Тодорова-Хамдан е, „допуснатата хипотеза, че к.к. „Златни пясъци“ с нищо не превъзхожда конкурентите си, не се потвърждава напълно, но не може и да се отхвърли. Статистическият анализ и изготвените пространствени карти на възприятията показват лидерската позиция на к.к. „Златни пясъци“ по отношение съотношението „качество-цена“ на местата за настаняване, развлеченията и посещенията на туристически обекти и атракции.“

Трета глава разкрива възможните насоки за усъвършенстване позиционирането на к.к. „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар. Ясно изразени и аргументирани приносни моменти в тази част на дисертационния труд са разкритите възможности на стратегически маркетингов микс за позициониране на к.к. „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар.

Дисертационният труд има характер на цялостно, завършено и оригинално научно изследване.

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

Изготвеният автореферат от докторант Хамдан е в обем от 52 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 – една статия и три доклада, които отговарят на изискуемия брой за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

Посочените констатации ми дават възможност да направя следния извод: дисертационният труд е представен във вид и обем отговарящ на изискванията на чл. 27, ал. 2 от ППЗРACРБ 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.

4.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 позиционирането на националните курортни комплекси на конкретни емитивни пазари.

В този контекст, в дисертационния труд „Позиционирането на морски курортен комплекс на емитивен пазар (по примера на к.к. „Златни пясъци“ на германски пазар)“ се открояват следните научни и научно-приложни приноси:

Първо, на основата на обстойно изследване на съществуващата научна литература е съставен авторски системен модел за анализ и оценка на морски курортен комплекс през призмата на маркетинга и пазарното позициониране.

Второ, опсрационализиране на разработения авторски системен модел в инструментариум (анкетна карта) за емпирично проучване за определяне на пазарната позиция и конкурентното предимство на конкретен морски курортен комплекс на определен емитивен пазар;

Трето, реализиране на мащабно емпирично проучване на германски туристи и туроператори, чрез което е установена пазарната позиция на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен пазар на сравнителна основа с разграничени значими национални и чуждестранни конкуренти.

Четвърто, очертани са насоки за подобряване на позицията на к.к „Златни пясъци“ на германския емитивен туристически пазар чрез формулиран стратегически маркетингов микс на дестинацията.

Предложената докторска дисертация от Златка Иванова Тодорова - Хамдан, докторант в катедра „Икономика и организация на туризма“ към ИУ – Варна на тема „Позиционирането на морски курортен комплекс на емитивен пазар (по примера на к.к. „Златни пясъци“ на германски пазар)“ обогатява туристическата наука и практика.

5. 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 Златка Иванова Тодорова - Хамдан 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)“

Проф. Б. копринаров

(М)