



**Университет „Проф. д-р Асен Златаров”  
Бургас**

ДО ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА НАУЧНОТО ЖУРИ,  
ОПРЕДЕЛЕНО СЪС ЗАПОВЕД УМО 95 - ГР. БУРГАС, 25.02.2022

**СТАНОВИЩЕ**

за дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен  
„доктор”  
в област на висшето образование „Социални, стопански и правни науки”.  
Професионално направление 3.8 – Икономика,  
научна специалност „Маркетинг”

Тема на дисертационния труд:

**„Приложение на маркетинга на взаимовръзките в сферата на  
развлекателните услуги за постигане на устойчиво бизнес  
развитие“**

Автор: Александър Ангелов

Докторант на свободна аспирантура към Център по икономически и управленски  
науки – Бургаски свободен университет

Изготвил становището: доц. д-р Златина Калудова Караджова  
Университет „Проф. д-р Асен Златаров” - Бургас,  
катедра „Маркетинг и туризъм”,  
Факултет обществени науки

**1. Общо описание на предоставените материали.**

Материалите за защита на докторска дисертация, предоставени от  
Александър Ангелов, а именно финализиран труд и представени и публикувани  
над изискуемия брой публикации: студии – 1 бр. самостоятелна, 2 броя статии в  
съавторство в реферирано и индексирано научно издание и 4 бр. доклади на

национални и международни научно-практически конференции, са в съответствие с изискванията на нормативните документи, и показват готовност за защита.

## **2. Данни за дисертанта.**

Докторант Александър Ангелов е роден на 30.05.1986г. Завършва професионална гимназия по туризъм в Бургас и специалност „Туризъм“ ОКС „Бакалавър“ и магистърска програма „Маркетинг-Мениджмънт“ в Университет „Проф. д-р Асен Златаров“. Успоредно с придобиването на висшето си образование работи в туристическата индустрия, първо като аниматор, шеф аниматор, след което през 2009г. създава собствена аниматорска компания. Към настоящия момент ‘BVS Entertainment’ е най-голямата, еднолична, бързо развиваща се и просперираща компания, оперираща не само на територията на България, но и в много близки и далечни международни дестинации.

## **3. Обща характеристика на дисертационния труд.**

Представеният ми вариант на дисертация е в общ обем от 222 стандартни страници.

Съдържанието ѝ е разпределено в увод, основен текст, разпределен в четири глави, заключение, списък на използваната литература. Списъкът на използваните литературни източници е 101 броя, от които 52 на български език, 35 на английски език и 14 интернет източника. Към основния текст има и 19 страници приложения. Трудът е разработен на основата на обстоен преглед на наличните публикации, касаещи коментиранията тематика в сферата на туризма, анимацията и в частност хотелската анимация, качеството на туристическия продукт. Изведена е и връзката между човешкия капитал и качеството на предоставяния анимационен продукт.

В структурно отношение дисертацията е правилно и балансирано построена. Изложението е представено в много добра логическа и методологическа последователност. Стилът е ясен и разбираем и напълно съответства на обекта, предмета и поставените задачи на изследването. Анкетната карта е изготвена на високо професионално ниво, изведен е анализ, от който са формулирани изводи и

препоръки. Дисертационният труд е представен във форма, отговаряща на изискванията за публикуване на монографичен труд.

#### **4. Актуалност на третираната проблематика и целесъобразност на поставените цели и задачи.**

Дисертацията е посветена на актуална проблематика, за която публикациите на български автори са малко, а тези в международен мащаб са ограничени, фрагментарни и инцидентни. Разработката представлява сполучлив опит за позициониране на маркетинга на взаимовръзките в хотелската анимация за постигане на устойчиво бизнес развитие. Важно място в нея се отделя на: изясняване приложно-теоретичните аспекти на концепцията «маркетинг на взаимовръзките в сферата на развлекателните услуги» понятията « маркетинг», «комуникационен микс», «анимация», «хотелска анимация». Представени са и стратегии за развитие и задържане на клиентите, както и технология за прилагане на маркетинга на взаимовръзките в сферата на услугите, изведени са спецификите на услугата и разликите с материално-веществената продукция.

Коректно са дефинирани обект, предмет, цел, задачи, а именно:

**Обект** на изследване в дисертационния труд фирма за хотелска анимация „Би Ви Ес Ентъртейнмънт“ ООД и по-точно нейната маркетингова ориентация.

**Предметът** на изследване е влиянието на приложението на концепцията за Маркетинг на взаимовръзките върху дейността на компанията, като акцентът е поставен върху устойчивото бизнес развитие.

Основната **цел** на дисертационния труд е, на базата на проведено проучване с комбинирана дескриптивна и експериментална стратегия (анализ на каузални връзки в дейността на фирма „Би Ви Ес Ентъртейнмънт“ ООД), да се изследва степента на приложение на „маркетинга на взаимовръзките” в дадената фирма и в каква степен това влияе върху разрастването и устойчивото бизнес развитие на фирмата.

Така поставените задачи, осигуряващи постигането на целта са коректно изпълнени.

Формулираните теза, хипотеза и спомагателни такива са потвърдени от резултатите от проведеното емпирично изследване.

## **5. Оценка на методиката на изследване.**

Методиката на изследване съответства на поставените цели, като е отчетена сложността на решаваните задачи. В хода на своето изследване докторантът е постигнал оптимално съчетание на абстрактни и практико-приложни методи. Методологията на дисертационното изследване се основава на използването на традиционни научно-изследователски подходи и методи. Приложени са системния подход, методи като проучване на специализираната научна литература, анализ и синтез, индукция и дедукция, като за набирание и регистрация на статистически данни са използвани методите на анкетно проучване, дълбочинно интервю, наблюдение, както и собствения му практически опит като мениджър и собственик на разглежданата аниматорска компания.

Налице е изключително сериозно изследване и анализиране на научните публикации по разглежданата тематика. Оценявам положително изведеният от Александър Ангелов обзор на специализираната научна литература по третираната тематика и дадената негова собствена гледна точка, допълваща разглежданите понятия във всичките им аспекти.

Емпиричното изследване в дисертацията води и до реални практически резултати. Представени са изводи от проведеното научно изследване, формулирани са препоръки за развитие на хотелската анимация чрез прилагане на маркетинга на взаимовръзките и са дадени насоки за развитие и усъвършенстване на предлаганите туристически услуги, разширяване на продуктовото портфолио и подобряване на имиджа на бранда на “BVS Entertainment”.

Във връзка с дисертационния труд докторантът има самостоятелни публикации и такива в съавторство в различни български и международни индексирани и реферирани издания. В тези публикации се интерпретират проблеми, разработени в труда. Всички те отразяват отделни моменти от дисертацията и по този начин преди окончателното ѝ оформяне и защита са апробирани съществени части от нея.

## **ПРИНОСИ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

### **Научни приноси**

- Чрез настоящия дисертационен труд е направен принос към маркетинговата теория в туризма и по-точно в сферата на туристическата услуга - анимация, като е адаптиран концептуален модел чрез приложение на маркетинга на взаимовръзките с цел постигане на устойчиво бизнес развитие.
- Направен е обстоен преглед на наличната международна и българска литература на тема „Маркетинг на взаимовръзките”.
- Научно-методически принос: направен е обстоен анализ на ефекта от приложението на маркетинга на взаимовръзките върху цялостното развитие на юридическото лице и неговата устойчивост.

### **Научно-приложни приноси**

- Разработена е методика за изследване мнението на клиенти (хотелиери) от цялото българско Черноморие.
- Приложени са извадки, анализи и данни, проследени са финансови параметри в рамките на четири години, при това касаещи само една конкретна компания.
- Научно-приложен принос: обобщената информация, изводи и насоки могат да послужат и на други компании в сектора на туризма занимаващи се със сходна или същата по вид дейност.
- Потвърдените хипотези, които показват цялостното развитие на компанията могат да се използват като опорни точки за развитие и на други фирми в сферата на туристическите услуги, дори на такива чието портфолио не включва анимация.

### **Препоръки и въпроси**

Основната ми препоръка към докторант Александър Ангелов е да задълбочи и разшири изследванията си в избраното научно направление, ползвайки добрата си теоретична и практическа подготовка в качеството си на мениджър и собственик на най-голямата аниматорска компания, оперираща в България и

чужбина, както и да продължава да прави уникални по рода си емпирични изследвания. Препоръчвам във времето напред да проведе същото анкетно проучване и да изведе сравнителен анализ на резултатите преди и след Ковид пандемията. Като въпроси формулирам следните:

1. Как се отрази пандемията Ковид 19 на туристическия бранш и конкретно на Вашия бизнес?
2. Какви позитиви извлякохте Вие и какви изводи си направихте за бъдещото развитие на компанията, предвид факта, че на кризата се гледа и като възможност?

#### **6. Заключение.**

Като оценявам положително представения дисертационен труд, формулираните приноси, както и значението на постигнатите резултати определям постигнатото като напълно достатъчно за получаване на ОНС „доктор”, съгласно изискванията на ЗРАСРБ и съответните правилници.

На основание на всичко изброено до тук заявявам, че ще подкрепя кандидатурата на Александър Ангелов и предлагам на членовете на уважаемото научно жури да гласуват „за“ присъждане на образователната и научна степен „доктор” по научна специалност „Маркетинг”.

15.03.2022

изготвил становището:

Доц. д-р Златина Караджова