

РЕЦЕНЗИЯ

От проф. д-р Галина Георгиева Куртева, Бургаски свободен университет, област на висшето образование „Социални, стопански и правни науки”, професионално направление 3.7. Администрация и управление (Социално управление)

Относно: представен дисертационен труд за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ в област на висшето образование 3 „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Икономика и управление (индустрия)“

Докторант: Пламена Руменова Димитрова, докторант на самостоятелна подготовка,

Тема на дисертационния труд: *„Усъвършенстване на продуктовото портфолио и маркетинговите комуникации на фирма за услуги в контекста на маркетинг чрез преживявания“*

Научен ръководител: проф. д-р Лина Анастасова, доц. д-р Златина Караджова

Основание за представяне на рецензията: член на Научно жури съгласно Заповед № УМО-32А 06.10.2020

1. Общо представяне на докторанта и дисертационния труд

1.1 Информация за докторанта

Пламена Димитрова е докторант на самостоятелна подготовка към ЦИУН съгласно заповед №ЛС-30/30.11.2016 г. на Ректора на БСУ. Пламена Димитрова завършва Немска езикова гимназия гр. Бургас, след което завършва бакалавърска програма по „Журналистика”, а след това с отличен успех завършва и магистратура по „Връзки с обществеността” в Бургаски свободен университет. Развитието на кариерата ѝ в туристическата индустрия я насочва към втора магистратура по туризъм, което се осъществява с успех в Университет „проф. д-р Асен Златаров“, гр. Бургас.

1.2 Общо описание на предоставените материали

Представеният за защита дисертационен труд е с обем от 201 стандартни страници основен текст, като в структурно отношение се състои от въведение, четири глави, заключение и библиография. В дисертацията са използвани 29 таблици, 14 фигури и 20 приложения. Библиографията включва 147 източника, от които 57 са на кирилица, 62 на латиница и 28 интернет източника. Представени са автореферат с обем 48 страници, списък с търсени приноси и 5 публикации (1 студия, 1 статия в съавторство с доц. д-р Караджова и 3 доклада).

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

2.1 Актуалност и значимост на дисертационната тема

Маркетинговите решения са от основна значимост за успешната дейност на една организация, особено на пазари, характеризиращи се с много и бързи промени. Актуалността на темата е аргументирана, отчитайки тенденции като засилената конкуренция, увеличената осведоменост и свързаност на потребителите, намаляващата лоялност, намалена приложимост на стандартните подходи за сегментиране на пазара. Анализирайки тези тенденции, докторантът изследва актуалната тема за клиентските преживявания или клиентския опит като основен фактор за постигане на удовлетвореност и лоялност на потребителите. Темата на дисертацията извежда на преден план два от елементите на маркетинговия микс – продукт и комуникации, които в тяхното взаимодействие се използват за позициониране на марката и въздействие върху потребителския опит.

Може да се заключи, че дисертационният труд има съществено значение за решаване на актуален и значим маркетингов проблем – клиентските преживявания като важна предпоставка за задържане и изграждане на лоялност на потребителите.

2.2 Предмет, обект и цел на дисертацията

Обект на изследване в дисертацията е тризвездният хотел „Бижу“ к.с. Равда.

Предмет на изследване са стратегиите за подобряване на продуктовото му портфолио и комуникациите в контекста на маркетинг чрез преживявания. Докторантът аргументирано обосновава избора на обект, като коректно поставя и ограничителните рамки на изследването.

Тезата на изследването е, че удовлетвореността от общото преживяване на клиентите може да се повиши чрез добавяне на стойност към продукт в контекста на маркетинга на преживяванията и чрез подобряване на маркетинговите комуникации.

Основната цел на дисертационния труд е да се предложат възможности за усъвършенстване на продуктовото портфолио на базата на прочуване и анализ на използваните маркетингови и комуникационни модели в хотел „Бижу“. За постигане на целта, докторантът е извел в логична последователност **14 задачи**.

На проверка са подложени една **основна хипотеза**, имаща пряко отношение към защитаваната теза и 11 спомагателни хипотези – описателни и обяснителни.

Предметът и обектът на изследването са ясно дефинирани. Поставената цели и задачи са коректно формулирани и предопределят последващото съдържание на дисертационния труд. Хипотезите – основна и спомагателни, са формулирани по начин, позволяващ тяхната проверка с проведените емпирични изследвания.

2.3 Методика на изследването

В изпълнение на изследователската програма докторантът е провел 2 емпирични изследвания – през 2016 г. и 2017 г. Първичните данни са събрани чрез пряка писмена анкета, а обемът на извадката е общо 600 респондента, 400 от които са анкетирани през 2016 г., а 200 – през следващата (2017) година. Събрани са и първични данни от 2 фокус групи. Обработката и анализът на данните е направен с помощта на специализирания софтуер IBM SPSS 16.0 като са използвани едномерни и двумерни честотни разпределения, обобщаващи характеристики, корелационен и регресионен анализ. Проверката на хипотези е направена чрез тест на Колмогоров-Смирнов за независими извадки.

Докторантът е съставил ясна и логична структура на изследването, която позволява реализиране на постигане на поставената цели и задачи. Използваният инструментариум и статистически методи за анализ са адекватно приложени, което позволява проверка на хипотезите и подкрепа на тезата на дисертацията.

2.4 Структура на дисертацията

Представеният дисертационен труд се състои от въведение, четири глави, заключение и библиография. В **увода** на дисертацията докторантът представя основанията си за избор на тема, дискутира нейната актуалност и значимост, дефинира целта, задачите, тезата и изследователските хипотези.

В **Първа глава** е направен обстоен преглед на маркетинговите концепции в областта на туризма, като специален акцент е поставен върху емоциите, потребителското преживяване и маркетинга чрез преживявания. Подробно са засегнати въпросите, свързани със същността, видовете и качеството на туристическия продукт. Докторантът е разгледал подробно същността на интегрираните маркетингови комуникации. В заключение, на основата на прегледа на основната и актуална литература в областта, докторантът е представил операционализация на „маркетинг чрез преживяване“, използвайки 5-компонентния модел на Шмит.

Втора глава на дисертационния труд представя методиката на изследването – подходи и изследователски методи, които докторантът е използвал при изследване на тезата и проверка на хипотезите. Приложени са два подхода – дескриптивен за количествено описание на определени атрибути на хотелския продукт и аналитичен за изследване на корелационни връзки между продуктови атрибути и удовлетвореността и преживяването на туристите. За набиране на първични данни са използвани методите „анкета“ и „дискусия във фокус група“, което е много добра комбинация между дескриптивен и качествен метод за събиране на първична информация. Алгоритъмът за провеждане на изследването е ясно описан, а използваните статистически методи са адекватно подбрани спрямо поставените цели, задачи и хипотези.

В **трета глава** се прави критичен анализ на продуктовото портфолио и комуникациите на хотел „Бижу“ за периода 2016-2018 г. Направен е сегментационен анализ на клиентите, използвайки различни критерии, анализирани са мотивите за посещение, профила на туристите и тяхната удовлетвореност. За да се проверят хипотезите докторантката е изследвала влиянието на оценката на туристите от отделните атрибути на хотелския продукт върху удовлетвореността от общото преживяване по време на престоя им в хотела, както и емоциите, които предизвикват различните атрибути, което е дало основание да се направят обосновани изводи за необходимите насоки и мерки за в бъдеще в контекста на маркетинга чрез преживявания.

В четвърта глава се представят насоки за усъвършенстване на туристическия продукт в контекста на маркетинга на преживяванията, като е поставен акцент върху маркетинговите комуникации.

В заключение на дисертацията докторантът на основата на проверените хипотези защитава основната теза на изследването си.

В структурно отношение докторантът е показал добра логическа последователност. Използваната терминология и език показват добро познаване на научната област.

2.5 Използвана научна литература

Библиографията включва 147 източника (книги, статии, доклади, интернет източници) – български и чуждестранни. Те са коректно използвани, спазвайки възприетите стандарти за цитиране в научни публикации. **Висока оценка заслужава подборът на източници – едновременно богат и актуален, което показва добро познаване на проблемната област, към която е адресирана дисертацията.**

3. Описание на приносите

В представения за защита дисертационен труд докторантът показва способност да формулира и анализира актуален и значим научен проблем, да планира и осъществява емпирично изследване, да анализира данни и да извежда заключения. Докторантът има основание да претендира за следните приноси, които могат да се отнесат в три групи:

- теоретичен: 1) адаптиран е концептуален модел на „маркетинг чрез преживяванията“ в хотелския сектор и 2) направен е обстоен преглед на новата маркетингова концепция – „маркетинг чрез преживявания“;

- научно-приложен: 1) разработена методика за изследване на потребителското преживяване в контекста на потребление на туристически продукт, 2) изведени са продуктови атрибути, имащи значимост за избора на туриста и неговата удовлетвореност;

- практически: 1) проведено е мащабно проучване, включващо 2 потребителски извадки с общ обем 600 респондента.

Приносителите могат да бъдат оценени като значими както в теоретичен план за обогатяване на съществуващите знания, така и в практико-приложен план – за нуждите на маркетинговото управление в сферата на туристическите услуги.

4. Оценка на автореферата и публикациите по дисертацията

Представеният автореферат е с обем от 48 страници. Съдържанието му кореспондира коректно с основния труд. Авторефератът е съставен съобразно изискванията, като отразява с синтезиран вид съдържанието на дисертационния труд.

Списъкът в публикациите по дисертацията включва 5 заглавия – 1 студия, 1 статия и 3 доклада. Студията и докладите са на български език, а статията, която е в съавторство, е на английски и е публикувана в международно рецензирано научно издание. **Публикациите са в достатъчен обем и популяризират основни части и приноси моменти от дисертационния труд.**

5. Препоръки и въпроси

Дисертацията съдържа полезни и приложими в практиката инструменти за анализ, планиране и изпълнение на маркетингови програми, водещи до подобряване на клиентското преживяване, а оттам и до увеличаване на лоялността. Това ми дава основание да препоръчам докторантът да задълбочи и разшири своите изследвания, както и да ги популяризира, използвайки аудиториите както на български, така и на чуждестранни научни списания и форуми.

Бих желала докторантът да отговори на следния въпрос:

- Концепцията за Моменти на истината (MOT - Moment of Truth) е въведена през от Ян Карлсон, като идеята претърпява развитие през Първи момент на истината (FMOT - First moment of truth) и Нулев момента на истината (ZMOT – Zero moment of truth). Кои са „моментите на истината“ в сферата на туризма и какво е тяхното влияние върху преживяването на клиента?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представеният от Пламена Димитрова дисертационен труд на тема „Усъвършенстване на продуктовото портфолио и маркетинговите комуникации на

фирма за услуги в контекста на маркетинг чрез преживявания“ е актуално, задълбочено и значимо научно изследване. Дисертационният труд притежава качества, отговарящи на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за приложението му и Правилника за прием и обучение на докторанти в БСУ. Докторантът притежава необходимите академични и професионални качества и умения да идентифицира научен проблем, да интерпретира, обобщава и адаптира научни постижения, да провежда самостоятелно научни изследвания, да анализира и извежда аргументирано изводи и препоръки. Приносите на дисертационния труд са значими и имат пряко приложение в практиката.

Всичко това ми дава основание да поставя висока оценка на предоставения дисертационен труд и категорично да подкрепя присъждането на ПЛАМЕНА РУМЕНОВА ДИМИТРОВА на образователна и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Икономика и управление (индустрия)“ на.

11.11.2020

Изготвил рецензията:

/проф. д-р Галина Куртева/