

РЕЦЕНЗИЯ НА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД

„ИНОВАТИВНИ МАРКЕТИНГОВИ ИНСТРУМЕНТИ ЗА ПОВИШАВАНЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА АГРОТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ“

**ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛНАТА И НАУЧНА
СТЕПЕН „ДОКТОР“
В ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 3.9 „ТУРИЗЪМ“,
НАУЧНА СПЕЦИАЛНОСТ „ТУРИЗЪМ“
В НБУ**

ОТ ДОКТОРАНТ КАМЕЛИЯ ЕВГЕНИЕВА КАРАДОЧЕВА

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ: ДОЦ.Д-Р НАДЯ МАРИНОВА



РЕЦЕНЗИЯ

относно придобиване на образователна и научна степен „доктор“ в област на висшето образование

3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.9 „Туризъм“, научна специалност „Туризъм“

1. Обща информация

Рецензент: доц.д-р Генка Иванова Рафаилова, катедра „Чужди езици и комуникация в туризма“ в Колеж по туризъм – Варна при Икономически университет – Варна, област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, ПН 3.9 „Туризъм“, научна специалност „Икономика и управление (Туризъм)“

Настоящата рецензия е изготвена на основание **заповед № 3 РК 194/22.05.2026 г.** на Ректора на ИУ-Варна за назначаване на състав на научно жури и Протокол от първо заседание на научното жури за избор на председател и рецензенти по конкурса, проведено на **16.02.2026 г.**

Рецензията е изготвена в съответствие със Закона за висшето образование (ЗВО), Закон за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и Правилника за неговото приложение (ППЗРАСРБ), и Наредба за развитие на академичния състав в НБУ София (НРАС).

2. Информация за докторанта

Докторант Камелия Евгениева Карадочева е депозирала документи и материали в съответствие със ЗРАСРБ, ППЗРАСРБ и НРАС.

Докторантката изпълнява минималните национални изисквания за придобиване на ОНС „доктор“ в областта на висшето образование, в която е обявен конкурса съгласно чл. 6, ал. 1 от ЗРАСРБ като е представил дисертационен труд, автореферат на български и английски език, осем публикации по дисертационния труд (4 самостоятелни и 4 в съавторство, 2 на английски език) и декларация за използване на генеративен изкуствен интелект.

3. Данни за докторанта(персонална характеристика):

Камелия Евгениева Карадочева има отличителна професионална кариера и е заемала позиции, които са свързани с развитието на аграрния сектор в България и съответно агротуризма.

Докторантката е придобила две магистърски степени:

- ОКС „магистър“ - „Преводач-редактор“ с английски език през 2018 г. в Софийски университет „Свети Климент Охридски“;
- ОКС „магистър“ „Икономика и финанси“ през 2023 г. в Софийски университет „Свети Климент Охридски“.

След завършване на висше образование докторантката е работила като

- Водещ предаване и рубрика в „Агро Медия Груп“ – частна медия за земеделие, храни, икономика и опазване на околната среда от 2019 до 2021 г.;
- Младши експерт в Държавен фонд „Земеделие“, „Връзки с обществеността, комуникации и протокол“ от 2021 до 2022 г.
- Главен експерт по приходите в НАП, Дирекция „Надзор върху хазарта и хазартните дейности“ от 2022 до днес.



4. Описание на дисертационния труд

Дисертационният труд е с обем от 247 страници и шест приложения. Дисертацията включва 22 таблици и 19 фигури. Използваните литературни източници са общо 112 с равномерно разпределение между български (31) и чуждестранни (35 в т.ч. 4 на руски език) научни публикации и книги, интернет източници, програмни и други документи (46).

Структурата на дисертацията е балансирана и с ясна логическа последователност на изложението като съответно съдържа въведение, четири глави, заключение с изводи и препоръки и списък на използваните литературни и информационни източници. Първата глава извежда теоретично-методологическите основи на изследването, втората е анализ на текущото състояние на обекта, трета представя резултати от авторово проучване и четвъртата излага изводи и резултати от апробирането на модела, разработен от докторантката.

5. Оценка на дисертационния труд

Дисертационният труд е завършено, самостоятелно, задълбочено, важно и необходимо изследване по актуална проблематика за развитието на агротуризма в България. Разработката излага обобщение на теория и добри практики за развитието на селския и аграрен туризъм, същността на използваните дигитални маркетингови инструменти, нормативни и стратегически документи, свързани с темата. Изготвен е задълбочен анализ на условия и възможности за селския и аграрен туризъм в страната, както и на туризма общо. Представени са резултати от авторово проучване на заинтересовани страни от развитието на агротуризма в България, от анализ на използването на дигитален маркетинг за целите на селския и аграрен туризъм в страната. Формулирани са предложения прилагането на дигитални маркетингови инструменти на аграрния туризъм в България. Използван е академичен стил и език на писане.

Темата на дисертацията е актуална и значима за развитието на туризма в България. Отчитайки изострената конкуренция между туристическите дестинации, както и необходимостта от диверсификация на туристическия продукт с цел по-висока устойчивост на кризи, осъществяването на агротуризм в страната има потенциал да отговори на посочените предизвикателства. Същевременно в България съществуват обективни (природни, икономически и други) условия и необходимост за развитие на агротуризм, който да разшири източниците на приходи в райони с преобладащо земеделие, лозарство и животновъдство като икономическа дейност.

Дисертационният труд има **ясно и прецизно формулирани предмет, обект, цели и задачи на изследването, теза и хипотези**. Обектът обхваща малкия и среден бизнес с възможности и потенциал за развитие на агротуризма, чиито представители са включени в анкетното проучване, осъществено от докторантката. Предметът е логически дефиниран в рамките на темата, а именно потенциала и ролята на дигиталните маркетингови инструменти за повишаване на конкурентоспособността общо и конкретно на агротуристическия сектор. Формулираните цел и задачи на изследването показват познанията на докторантката в теоретичен и практически аспект в областта на туризма, както и за разкриването на проблеми, които се нуждаят от по-задълбочено и обстойно проучване. На тази база, авторът на дисертационния труд е извел теза, която служи за отличното очертаване на параметрите и насоките на изследването.



В първа глава на дисертацията, докторантката е представила обширен и детайлен теоретичен обзор на маркетинговите концепции и позиционирането на продукта, в т.ч. на туристическия, класическите и дигитални маркетингови инструменти, иновациите и технологиите, които се прилагат в маркетинга общо и в туристическия сектор. Паралелно с изложените дефиниции са обобщени предимства и слаби страни на иновативния маркетингов инструментариум, както и рисковете свързани с неговото използване. Първа глава доказва притежаването на задълбочени познания от докторантката в областта на маркетинга, дигиталния маркетинг, туризма и специализираните видове туризъм и потребителското поведение.

Във втора глава докторантката е анализирила с подходящ инструментариум и данни развитието на туризма и по-конкретно на селския и аграрен туризъм в България като е обяснила неговата същност и значение. Използвана е историческа ретроспекция, ситуационен и SWOT анализ на агротуризма като подробно са изследвани и оценени ресурсите, предпоставките и тенденциите за неговото реализиране в страната. В теоретично-практически аспект са изяснени са използваните маркетингови дейности за целите на агротуризма в България и методологическата рамка за оценка на конкурентоспособността му. Втора глава доказва добри аналитични умения на докторантката.

В трета глава е представена научно обоснована методология на проучването на заинтересованите страни в агротуризма в България – туристи, туристически и земеделски бизнес, както и неговите резултати. Приложен е подходящ подход за изследване на добри практики и конкретен случай в Италия, който служи като отправен модел за развитие на агротуризма на българска територия. Представени и добре визуализирани са резултати от проучване на използваните дигитални маркетингови инструменти в страната за целите на туризма в селски райони и са обобщени техните предимства и недостатъци. В заключение е разработен стойностен авторов модел за агротуристически маркетинг чрез дигитални маркетингови инструменти. Той е подходящо визуализиран и детайлно изяснен. Трета глава доказва способността на докторантката на формулира актуална и значима проблематика и да провежда самостоятелно проучване.

В четвърта глава детайлно са изложени методологията, резултатите и изводите от апробирането на авторския модел, предложени са подходящи стратегия и конкретни насоки за приложение на дигитални маркетингови инструменти за целите на агротуризма в България, както и подходи за намаляване на рисковете свързани с тяхното използване. Четвърта глава доказва способността на докторантката да синтезира и да извежда научни и практико-приложни приноси.

В приложенията са представени анкетните карти, които са използвани за целите на самостоятелното авторско проучване.

6. Приноси на дисертационния труд

Научноизследователската работа на докторантката и нейният дисертационен труд разкриват редица приноси, които могат да бъдат категоризирани в следните насоки:

1. Теоретични приноси

- 1.1.** Обобщени и изведени са маркетинговите концепции общо и в туризма, вкл. от гледна точка на спецификата на агротуризма;
- 1.2.** Детайлно и с критично-аналитичен подход са изяснени дигиталните маркетингови инструменти, които намират приложение общо, в туризма и агротуризма;



1.3. Изведени са дефиниции за селски и аграрен туризъм като са обяснени техните отличителни характеристики и значение;

1.4. Разработена е собствена теоретико-методологична рамка за оценка на конкурентоспособността на агротуризма чрез въвеждане на иновативни маркетингови инструменти.

2. Аналитични и емпирични приноси

2.1. Осъществен е подробен и качествен SWOT анализ на агротуризма в България, който откроява неговите предимства и недостатъци, възможности и заплахи за развитие;

2.2. Осъществено е авторово проучване на представители на експертна общност, туристическия и аграрен бизнес в България за да бъдат изяснени бариерите, необходимостта и възможностите за използване на дигитални маркетингови инструменти за целите на агротуризма.

3. Практико-приложни приноси

3.1. Формулирани са стойностни и съществени практически насоки и предложения за внедряване на дигитални маркетингови инструменти в агротуристическия бизнес, съобразени с особеностите на българската среда;

3.2. Изготвени са предложения за преодоляване на недостатъците и бариерите за развитие на агротуризма в България, на базата на проучване на добри практики;

3.3. Разработен е инструмент за проверка и оценка приложението на дигитални маркетингови инструменти за целите на агротуризма в България.

7. Оценка въздействието на дисертационния труд върху външната среда

Дисертационният труд, който е препоръчително да бъде публикуван като монография, ще има положително и важно въздействие върху заинтересованите страни от развитието на агротуризма в България, в т.ч. правителствени и общински институции, туристи, представители на туристически и аграрен бизнес. Той може да бъде използван за разработване на стратегии и политики, на устава и правилници за потенциални браншови организации, за работа на маркетингови специалисти в туристическия и аграрен сектор.

Дисертационният труд предлага резултати от статистически и емпирични проучвания, методология и модел, които могат да бъдат използвани в по-нататъшни изследвания за развитието на туризма и по-конкретно в селски райони в тясна връзка с опазване на околна среда, кръгова икономика и съхранение на материално и нематериално културно наследство.

8. Плагиатство

Кандидатът представя научни трудове, в които по законоустановения ред не се открива наличие на плагиатство, некоректно цитиране на чужди трудове и неправилно използване на данни.

9. Въпроси, критични бележки и препоръки

Въпреки изключителните достойнства и безспорен научен принос на дисертацията на докторант Камелия Карадочева могат да бъдат направени някои критични бележки. В труда има текстове, които или не са тясно свързани с разглежданата проблематика, или са твърде подробни,



например за финансирането на селското стопанство, използвани платформи и дейности на сдружения в страната. Множество таблици и фигури в разработката са представени без да е посочен източника или обяснение, че принадлежат на автора. Някои от използваните данни (конкретно за развитието на туризма) не са изложени по подходящ начин, например чрез таблици или графики.

Разглеждането на дисертационния труд поражда следните въпроси към докторантката:

1. Има ли селски райони в България, в които изложените насоки за внедряване на дигитални маркетингови инструменти за целите на повишаване на конкурентоспособността агротуризма, биха имали най-добър ефект и са с най-голям потенциал за приложимост?
2. Как разгледаните дигитални маркетингови инструменти биха могли да се градират по значение и потенциал за по-висок ефект за подпомагане развитието на агротуризма в България?

10. Заключение

На основание представени документи и дисертационен труд, Камелия Карадочева отговаря на всички външни нормативни изисквания съгласно ЗРАСРБ и ППЗРАСРБ, както и вътрешната нормативна уредба съгласно НРАС на НБУ София за придобиване на образователна и научна степен „доктор“.

Докторантката е провела самостоятелно изследване и съответно е осъществила теоретичен обзор, анализираща е емпиричните данни събрани чрез проучване на заинтересовани страни, апробирала е авторов модел и е направила необходимите изводи и препоръки за по-нататъшни действия.

Не се установява наличие на плагиатство съгласно законоустановения ред.

Резултатите от научноизследователска дейност, както и разработеният стойностен и значим дисертационен труд на Камелия Евгениева Карадочева ми дават основание да дам положителна оценка и да предложа да ѝ бъде присъдена образователна и научна степен „доктор“ в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.9 „Туризм“, научна специалност „Туризм“.

19.08.2026 г.
гр.Варна

Изготвил рецензията:
/доц.д-р Генка Рафаилова/