

РЕЦЕНЗИЯ

От: проф. д-р Цветана Александрова Стоянова - катедра „Управление”, УНСС – София, научна специалност „Социално управление“, професионално направление 3.7. Администрация и управление

Относно: Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, по професионално направление 3.9. Туризъм

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед 3-РК-194/27.05.2026 г. на Ректора на НБУ

Автор на дисертационния труд: Камелия Евгениева Карадочева

Тема на дисертационния труд: „Иновативни маркетингови инструменти за повишаване конкурентоспособността на агротуризма в България“

Рецензията е изготвена съобразно Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за неговото прилагане и Наредбата за развитието на академичния състав в НБУ.

1. Значимост на изследвания проблем в научно и научно-приложно отношение.

Представеният дисертационен труд е посветен на актуален и практически значим проблем – възможностите за повишаване на конкурентоспособността на агротуризма в България чрез използване на иновативни и дигитални маркетингови инструменти. Изборът на темата е обоснован от няколко взаимно свързани процеса: нарастващата роля на туризма за регионалното и местното развитие, необходимостта от диверсификация на туристическото предлагане, дигитализацията на потребителското поведение и търсенето на устойчиви форми за икономическо оживяване на селските райони.

Научната значимост на изследването произтича от опита да бъдат свързани в обща аналитична рамка проблематиката на агротуризма, конкурентоспособността, маркетинговото позициониране и дигиталната трансформация. Авторът не разглежда дигиталния маркетинг като самоцел, а като инструмент за достигане до нови пазари, изграждане на разпознаваем

Издание 3.0/03.12.2018 г.	В сила от 12.12.2018 г.	Стр. 1 от 4
Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ.		



туристически продукт, преодоляване на сезонността и активизиране на ресурсите на селските райони. В този смисъл трудът има интердисциплинарен характер и съчетава постановки от маркетинга, управлението на туризма, регионалното развитие и дигитализацията.

Научно-приложната значимост е особено отчетлива. Българският агротуризъм се развива при фрагментирано предлагане, ограничена дигитална видимост на значителна част от малките стопанства и недостатъчно систематизирана информация за сектора. Дисертацията адресира именно тези дефицити чрез анализ на състоянието, изследване на добри европейски практики, формулиране на маркетингова стратегия, система от КРІ, чеклист за оценка на дигитализацията и разработване на дигитален диагностичен инструмент. Това придава на изследването непосредствена приложимост за малки и средни предприятия, местни общности, браншови организации и институции, ангажирани с развитието на туризма и селските райони.

2. Точно формулирани цели и задачи на дисертацията.

В увода са определени обектът, предметът, целта, задачите, изследователската теза и работните хипотези. Обект на изследването са малки и средни предприятия от България, разглеждани в контекста на тяхното развитие, функциониране и конкурентоспособност, като за целите на труда са проучени над 200 бизнеса чрез позиционирането им в интернет – земеделски и туристически предприятия с потенциал за развитие на агротуристически продукт. Предмет на изследването са възможностите за прилагане на иновативни дигитални маркетингови инструменти и тяхното въздействие върху конкурентоспособността на агротуристическия сектор.

Основната цел е ясно формулирана – да се изследва ролята на иновативните дигитални маркетингови инструменти за повишаване на конкурентоспособността на агротуризма и на тази основа да се разработи приложим модел за оценка и подобряване на дигитализацията в сектора. Целта е конкретизирана чрез седем задачи: изследване на иновативните маркетингови инструменти в туризма; анализ на състоянието и тенденциите в сектора; очертаване на измененията в търсенето и предлагането; представяне на успешни модели в агротуризма; анализ на потенциала на селския и аграрния туризъм; изследване ролята на заинтересованите страни и потребностите от обучение; дефиниране на възможности за колаборация между земеделски и туристически бизнес оператори.

Издание 3.0/03.12.2018 г.	В сила от 12.12.2018 г.	Стр. 2 от 5
Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ.		



Формулирана е основна теза, че чрез дигитални маркетингови инструменти може да се повиши конкурентоспособността на селския туризъм и агротуризма в България. Тя е операционализирана в три работни хипотези, свързани с изоставането при използването на иновативни маркетингови инструменти, потенциала на агробизнес ресурсите и възможността българският агротуризъм да повиши конкурентоспособността си чрез адаптиране на успешни западноевропейски практики. В заключителната част авторът се връща към хипотезите и обобщава резултатите от тяхната проверка. Налице е логическа връзка между цел, задачи, изследователски инструментариум, резултати и изводи.

3. Степен на познаване на състоянието на проблема и съответствие на използваната литература.

Дисертационният труд е в обем от 272 страници и включва въведение, четири глави, заключение, изводи, препоръки и приноси, както и 6 приложения. Използвани са общо 111 източника на български, английски и руски език, както и интернет източници, съдържащи официални документи, статистически данни, научни статии, сборници и материали с практическа насоченост. В труда са включени 19 фигури и 23 таблици.

Първа глава изгражда теоретико-методологичната основа на изследването чрез преглед на маркетинговите концепции и принципи в туризма, стратегиите за позициониране на туристически продукт, предимствата и ограниченията на дигиталния маркетинг и комуникационните канали в туристическото търсене и предлагане. Втора глава е насочена към същността, състоянието и развитието на селския туризъм и агротуризма в България, профила на съвременния турист, SWOT анализа на сектора, маркетинговото позициониране, количествените индикатори за конкурентоспособност, финансирането и иновациите.

Трета глава има подчертан аналитичен и приложен характер. В нея се оценява туристическият потенциал на селските райони, представят се резултати от социологически проучвания, анализират се географски райони и обекти с потенциал, разглежда се италианският модел и възможностите за адаптирането му към българските условия, сравняват се европейски практики и се предлага маркетингова стратегия. Четвърта глава е посветена на апробирането на дигиталните маркетингови инструменти, проверката на хипотезите, синтеза и ранжирането на резултатите, KPI

Издание 3.0/03.12.2018 г.	В сила от 12.12.2018 г.	Стр. 3 от 5
Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ.		



за оценка на ефективността, минимизирането на рисковете от дигитализацията и чеклист за нивото на дигитализация на агротуристическия бизнес.

Направеният преглед показва добро познаване на научната и приложната проблематика. Авторът работи както с класически маркетингови постановки, така и със съвременни източници, институционални стратегии, статистическа информация и практически дигитални решения. Положително оценявам стремежа литературата да бъде използвана не само описателно, а като основа за сравнение и за формулиране на собствена позиция относно развитието на агротуризма в България. Текстът демонстрира свободно боравене с терминологията на маркетинга и туризма и умение за свързване на теоретичните постановки с конкретни проблеми на практиката.

4. Коректност при цитирането на представителен брой автори.

Използваните литературни и информационни източници са представени в библиографската справка и са включени в изложението съобразно възприетия в дисертацията подход за цитиране. Наред с научни публикации са използвани официални стратегически и нормативни документи, статистически данни и информационни ресурси, които са необходими за анализ на туристическия сектор и процесите на дигитализация.

В рамките на рецензирането не установявам основания да поставя под съмнение добросъвестното използване на източниците. Авторът е представил декларация за оригиналност и достоверност на дисертационния труд. Същевременно при бъдещо публикуване на части от дисертацията като монографичен труд би било полезно библиографското оформление да бъде допълнително уеднаквено по единен стандарт, особено по отношение на електронните източници и институционалните документи. Тази бележка е редакционна и не засяга научната стойност на разработката.

5. Наличие на обоснован и разработен теоретичен модел на изследването.

Съществено достойнство на дисертационния труд е последователното преминаване от теоретичния анализ към разработване на собствена теоретико-методологична и практико-приложна рамка. Авторът систематизира и разграничава понятията „селски туризъм“, „агротуризъм“, „дигитален маркетинг“, „конкурентоспособност“ и „дигитални маркетингови



инструменти“, след което ги интегрира в логика, ориентирана към оценяване и подобряване на пазарното представяне на агротуристическия бизнес.

Особено значение има предложената маркетингова стратегия за малки и средни агротуристически предприятия. Тя е концептуална и адаптивна, като допуска прилагане според мащаба, ресурсите и регионалните особености на конкретния бизнес. В модела са интегрирани дигитални канали като уебсайт, социални мрежи и онлайн резервационни платформи, а ефективността се обвързва със система от ключови индикатори. Така теоретичният модел не остава на равнище общи препоръки, а се превежда в диагностични и управленски инструменти.

Висока оценка заслужава разработването на agrotour.digital. Концепцията, теоретичната рамка, логическата структура, съдържанието на диагностичния модел, функционалните изисквания, индикаторната система и методическите параметри са формулирани от докторанта, а техническата реализация е осъществена с участието на ИТ специалисти. По този начин е постигната ясна граница между авторския научно-приложен замисъл и техническото програмиране. Инструментът позволява диагностика на дигиталното състояние и насочва малките агротуристически предприятия към конкретни области за подобрене.

Като принос оценявам и включването на сравнителния анализ на италианския модел. Той не е използван механично като образец за пренасяне, а като база за идентифициране на приложими практики и ограничения при адаптацията им към специфичната институционална, икономическа и регионална среда в България.

6. Съответствие на избраната методология и методика на изследване с поставената цел и задачи на дисертационния труд.

Избраната методология съответства на характера на изследователския проблем и на поставените цели и задачи. Използвани са системен и аналитичен подход, сравнителен анализ, дедуктивен и индуктивен метод, SWOT анализ, кабинетно и теренно проучване. За събиране на първична информация са приложени анкетни карти и полуструктурирани интервюта, а данните са обработени чрез статистически и сравнителен анализ и са представени в табличен и графичен вид.

Емпиричната логика е изградена на последователни етапи – проучване на състоянието и нагласите, аналитична интерпретация, разработване на приложен модел и неговото апробиране. В

Издание 3.0/03.12.2018 г.	В сила от 12.12.2018 г.	Стр. 5 от 5
Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ.		



изследването са включени представители на бизнеса, местни и експертни общности. Разглеждането на различни групи заинтересовани страни е подходящо с оглед спецификата на агротуризма, който се формира на пресечната точка между земеделска дейност, туристическо предприемачество, местни ресурси, културно наследство и институционална подкрепа.

Методологията позволява проверка на трите работни хипотези. Резултатите подкрепят тезата, че по-активното и целенасочено използване на дигитални маркетингови инструменти може да увеличи видимостта, пазарния достъп и конкурентоспособността на агротуристическите продукти. Същевременно авторът коректно отчита ограниченията на изследването и необходимостта бъдещи разработки да използват по-широки агрегирани данни и по-мощни количествени извадки.

7. Наличие на собствен принос при събирането и анализирането на емпиричните данни.

Считам, че в дисертационния труд е налице ясно разпознаваем собствен принос при събирането, систематизирането и интерпретирането на емпиричните данни. Авторът провежда анкетни проучвания и интервюта, анализира интернет позиционирането на над 200 бизнеса, систематизира фактори за конкурентоспособност, извършва SWOT анализ и съпоставя български и чуждестранни практики.

В емпиричната част се търси не само описание на текущото състояние, а връзка между използваните маркетингови инструменти, нивото на дигитализация, ограниченията пред бизнеса и потенциалните резултати. Този подход дава основание за формулиране на практически препоръки и за изграждане на диагностичния инструмент. Съществено е, че емпиричните резултати са използвани като основа за апробирането на agrotour.digital, а не са оставени като самостоятелен масив от наблюдения.

Приносите, заявени от докторанта, могат да бъдат приети по същество. Сред тях се открояват: систематизиране и критичен анализ на съвременните концепции за дигитален маркетинг в туризма; разработване на собствена теоретико-методологична рамка за оценка на конкурентоспособността на агротуризма; SWOT анализ на сектора в контекста на дигиталната трансформация; емпирично изследване сред заинтересовани страни; сравнителен анализ на българския и италианския модел; практически насоки за внедряване на дигитални инструменти;

Издание 3.0/03.12.2018 г.	В сила от 12.12.2018 г.	Стр. 6 от 5
Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ.		



модел за интегриране на дигитални канали; система от КРІ и практически модел за оценка на нивото на дигитализация; препоръки към бизнеса и институциите.

Към научно-приложните резултати следва да се добави и социално-икономическата перспектива на изследването – очертаните възможности агротуризмът да подпомогне оживяването на селските райони, ограничаването на регионалните дисбаланси, съхраняването на местното културно наследство и създаването на допълнителни икономически активности. Това разширява приложимостта на резултатите отвъд маркетинговата функция на отделното предприятие.

8. Въздействия на дисертационния труд върху външната среда.

В подкрепа на изследователската си работа и като форма на апробация на резултатите докторантът представя списък от осем публикации по проблематиката на дисертационния труд. Те са публикувани в сборници от научни и международни научни конференции и разглеждат устойчивото развитие, международния маркетинг, туризма в условия на криза, графичния дизайн и туристическия бранд, съвременния маркетинг в туристическия бранш, управлението и промотирането на бранда в кризисни ситуации, вземането на решения при неопределеност и иновациите и технологиите в туристическото търсене и предлагане.

Публикационната активност показва последователно развитие на изследователския интерес и публично представяне на отделни аспекти от дисертационната проблематика. Част от публикациите са самостоятелни, а други са в съавторство с научния ръководител, което е нормална форма на научно сътрудничество. Тематичната им насоченост е свързана с основните ядра на дисертацията и подпомага апробацията на идеи, които впоследствие са развити в цялостния труд.

Практическото въздействие се свързва и с възможността разработеният дигитален инструмент, чеклистът и системата от КРІ да бъдат използвани от малки агротуристически предприятия за самооценка и планиране на подобрения. Предложенията към институциите за обучение, финансова подкрепа, дигитализация и по-добра координация между заинтересованите страни също имат потенциал за въздействие върху външната среда. В представените материали не са посочени данни за цитирания или отзиви за дисертационния труд от други автори, поради което не следва да се правят допълнителни заключения в тази насока.

Издание 3.0/03.12.2018 г.	В сила от 12.12.2018 г.	Стр. 7 от 5
Документът е собственост на НБУ! Принтирани и електронни копия, извън посочените в таблицата за контролирани екземпляри на този документ, са неконтролирани. При съмнение, преди ползване, провери за актуалност на версията в Списъка на вътрешните нормативни актове на НБУ.		



9. Лични качества на автора (ако рецензентът го познава).

Не познавам лично докторант Камелия Карадочева и впечатленията ми са формирани от представените материали. Автобиографичните данни показват професионален опит в Националната агенция за приходите, Държавен фонд „Земеделие“ и специализирана медия за земеделие, храни, икономика и околна среда. Този професионален профил има допирни точки с проблематиката на дисертацията – работа с административни процеси, комуникация, земеделски сектор, медийно съдържание и дигитални инструменти.

От дисертационния труд може да се направи извод за способност на докторанта да систематизира разнородна информация, да работи с теоретични и емпирични източници, да формулира изследователски проблеми и да търси приложими решения. Разработването на диагностичен дигитален инструмент е допълнителен показател за инициативност и ориентация към практическо приложение на научните резултати.

10. Мнения, препоръки и бележки.

Дисертационният труд е завършено изследване с ясно изразена практическа насоченост. Наред с положителната ми оценка бих препоръчала Камелия Карадочева да продължи научно-приложната си работа в областта на дигиталния маркетинг, агротуризма и управлението на конкурентоспособността, като надгради разработения инструмент с по-широка емпирична валидация и сравнителни изследвания на регионално и международно равнище.

Заклучение:

В заключение считам, че дисертационният труд „Иновативни маркетингови инструменти за повишаване конкурентоспособността на агротуризма в България“ представлява самостоятелно, завършено и актуално научно изследване с ясно изразени научни и научно-приложни резултати. Докторантът познава състоянието на изследвания проблем, умее да систематизира и критично да интерпретира научната литература, да конструира изследователски апарат, да събира и анализира емпирични данни и да формулира практически приложими решения.

Като съществени достойнства на труда определям разработената теоретико-методологична рамка, анализа на конкурентоспособността на агротуризма, сравнението с европейски практики,



предложената маркетингова стратегия, системата от KPI, чеклиста за дигитализация и създадения диагностичен инструмент agrotour.digital. Получените резултати подкрепят основната изследователска теза и формулираните работни хипотези и очертават възможности за практическо приложение от бизнеса и заинтересованите институции.

Авторефератът отразява основните съдържателни характеристики, резултати и приноси на дисертационния труд. Представените публикации са тематично свързани с изследването и свидетелстват за апробация и публичност на част от научните резултати.

Гореизложеното ми дава основание за **положителна оценка**, че дисертационният труд на Камелия Евгениева Карадочева отговаря на изискванията на Закона за развитието на академичния състав в Република България, Правилника за неговото прилагане и Наредбата за развитието на академичния състав в Нов български университет. Поради това предлагам на уважаемите членове на научното жури да гласуват „за“ присъждане на образователната и научна степен „доктор“ на Камелия Евгениева Карадочева в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.9. Туризм, научна специалност „Туризм“.

18.08.2026 г.

София

Рецензент:

проф. д-р Цветана Стоянова

/...../