

СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Иван Боевски, Нов български университет, департамент „Икономика“

относно дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.9. „Туризъм“, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“

на тема „Иновативни маркетингови инструменти за повишаване конкурентоспособността на агротуризма в България“

Автор: Камелия Евгениева Карадочева, докторант към департамент „Администрация и управление“ на Нов български университет

Научен ръководител: доц. д-р Надя Маринова

1. Обща характеристика и актуалност на дисертационния труд

Представеният дисертационен труд е посветен на актуален и значим за българската икономика проблем – възможностите за повишаване на конкурентоспособността на агротуризма чрез целенасочено използване на иновативни дигитални маркетингови инструменти. Изборът на тема е обоснован както от трансформациите в потребителското поведение и ускорената дигитализация на туристическите услуги, така и от необходимостта за по-пълно използване на ресурсния потенциал на селските райони.

Научната значимост произтича от сравнително ограничената систематизирана информация за агротуризма в България и от необходимостта той да бъде концептуално разграничен, но и функционално свързан със селския, екологичния, културния и гастрономическия туризъм. Научно-приложната значимост се определя от ориентацията към малките и средните предприятия, които разполагат с ограничени финансови и човешки ресурси, но могат да подобрят пазарното си позициониране чрез подходящ подбор и измерване на дигитални маркетингови дейности.

Трудът е в обем 272 страници и съдържа въведение, четири глави, заключение, изводи, препоръки, приноси и шест приложения. Използвани са 111 литературни и информационни източника на български, английски и руски език, както и официални документи и интернет източници. Структурата следва логиката от теоретичното изясняване на проблема, през анализ на средата и емпирична проверка, до разработване и апробиране на приложен инструмент.

2. Цел, задачи, предмет, обект и изследователска теза

Основната цел – да се изследва ролята на иновативните дигитални маркетингови инструменти за повишаване конкурентоспособността на агротуризма и да се разработи приложим модел за оценка и подобряване на дигитализацията в сектора – е формулирана ясно и съответства на избрания научен проблем. Обектът обхваща малки и средни предприятия от България, разглеждани през тяхното развитие, функциониране и конкурентоспособност, а предметът е фокусиран върху приложението и въздействието на иновативните дигитални маркетингови инструменти.

Поставените задачи са достатъчно широки, за да обхванат теоретичния, емпиричния и приложния пласт на изследването: анализ на маркетинговите инструменти и състоянието на сектора; очертаване на тенденциите в търсенето и предлагането; идентифициране на успешни модели; оценка на потенциала на селските райони; изследване ролята на заинтересованите страни; разработване и апробиране на диагностичен инструмент; формулиране на насоки за повишаване на конкурентоспособността.

Изследователската теза е развита чрез три работни хипотези, които свързват степента на използване на иновативни маркетингови инструменти с интереса към агротуристическия продукт, интегрирането на регионалните ресурси и възможността българският агротуризм да се доближи до утвърдени западноевропейски практики. Налице е логическо съответствие между цел, задачи, хипотези и структура на изложението.

3. Методология и емпирична обосновааност

Методическият инструментариум съчетава кабинетно проучване, системен и аналитичен подход, индукция и дедукция, сравнителен анализ, SWOT анализ, теренно проучване, анкетни карти и полуструктурирани интервюта. Тази комбинация е подходяща за изследване на сектор, в който официалната статистическа информация е фрагментарна, а практиките са силно зависими от конкретния регионален и предприемачески контекст.

Емпиричното проучване включва три целево подбрани групи – туристи, бизнес оператори в туризма и земеделски производители. Подборът на неслучайна целева извадка е допустим с оглед на приложната насоченост на труда и е коректно посочен като ограничение. Данните позволяват да бъдат съпоставени потребителското търсене, готовността на туристическия бизнес и нагласите на земеделските производители към диверсификация и дигитализация.

Положителна страна е стремежът резултатите да не останат само на описателно равнище. Те са използвани при конструирането и апробирането на диагностичен онлайн инструмент, включващ чеклист и система от ключови индикатори за ефективност. По този начин е реализирана връзка между емпиричните констатации, стратегическите предложения и възможността за последващ управленски контрол.

4. Оценка на съдържанието и получените резултати

В първа глава е изградена необходимата теоретико-методологична основа чрез анализ на маркетинговите концепции, позиционирането на туристическия продукт, дигиталните комуникационни канали и приложимите иновационни инструменти. Авторът последователно насочва общите постановки на туристическия маркетинг към спецификата на агротуристическия продукт – комплексен, териториално обусловен и основан върху автентично преживяване.

Втора глава поставя акцент върху състоянието и перспективите на агротуризма в България. Съществен резултат е систематизирането на ресурси, ограничения, възможности и рискове, включително чрез SWOT анализ и количествени индикатори за конкурентоспособност. Разглеждането на финансирането, продуктовата диверсификация и взаимодействието между земеделския и туристическия бизнес разширява анализа отвъд тесните граници на рекламната комуникация.

В трета глава емпиричните резултати се свързват с географското райониране и със сравнителното изследване на европейски практики. Подходящо е избран примерът на Италия – държава с утвърден агротуристически модел, нормативна рамка и силна регионална идентичност. Сравнението позволява да бъдат открити не само маркетингови техники, но и институционални, организационни и кооперативни предпоставки за развитие.

Четвърта глава има най-силно изразен приложен характер. Разработени са насоки за внедряване на дигитални инструменти, система от KPI, подходи за минимизиране на рисковете при малките предприятия и чеклист за оценяване нивото на дигитализация. Реализирането на модела като онлайн диагностичен инструмент е убедително доказателство за стремеж към практическа апробация и трансфер на резултатите към бизнеса.

5. Научни и научно-приложни приноси

Приемам формулираните от докторанта приноси. В обобщен вид като най-съществени могат да бъдат посочени:

- систематизирането на теоретичните постановки за дигиталния маркетинг и тяхното адаптиране към специфичната среда на агротуризма;
- изясняването на взаимовръзката и разграничението между селски туризъм и агротуризм, включително ролята на местните природни, културни, земеделски и гастрономически ресурси;
- разработването на SWOT рамка и система от количествени индикатори за оценяване конкурентоспособността на агротуризма в условията на дигитална трансформация;
- сравнителния анализ на българския и италианския модел и извеждането на приложими за България организационни и маркетингови решения;
- предложения интегриран модел за диагностика на дигитализацията, основан върху чеклист и KPI по логиката на Balanced Scorecard, както и неговата реализация в работеща онлайн среда;
- формулираните препоръки към бизнеса, браншовите организации и публичните институции за развитие на устойчиви регионални агротуристически продукти.

Приносите имат предимно научно-приложен характер и са пряко свързани с резултатите от проведеното изследване. Те могат да подпомогнат както индивидуалната управленска диагностика на малки предприятия, така и разработването на регионални и секторни политики.

6. Публикации и апробация

Представени са осем публикации по темата на дисертационния труд, самостоятелни и в съавторство, публикувани в сборници от национални и международни научни форуми. Тематичната им насоченост е свързана с дигиталния маркетинг, агротуризма, конкурентоспособността и възможностите за развитие на сектора. Публикационната активност показва, че основни части от изследването са били представяни и обсъждани пред научната общност. Тя отговаря на изискванията за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

7. Критични бележки и препоръки

Положителната ми оценка на дисертационния труд ми дава основание да отправя някои препоръки, които имат предимно уточняващ характер и са насочени към бъдещото развитие и представяне на резултатите:

- Би било полезно количествените данни за участниците в емпиричното изследване да бъдат представени по по-ясен и обобщен начин, така че да се открият обхватът и взаимовръзката между отделните групи респонденти.
- При бъдещо развитие на изследването част от формулираните зависимости, свързани с доходите, жизнения стандарт и задържането на населението в селските райони, биха могли да бъдат допълнително конкретизирани чрез подходящи измерими показатели и времеви хоризонт.
- Практическата стойност на предложения модел би могла да бъде допълнително подчертана чрез по-детайлно проследяване на връзката между оцененото равнище на дигитална зрялост, внедряването на конкретни дигитални инструменти и постигнатите икономически резултати.
- Сравнителният анализ с италианския модел би могъл да бъде надграден чрез по-подробно открояване на онези негови елементи, които са непосредствено

приложими в България, и на тези, които предполагат адаптиране към националната нормативна, организационна и финансова среда.

- Препоръчително е при последващо публикационно представяне на резултатите да се направи допълнително редакционно прецизиране на отделни термини, таблици и повтарящи се постановки с оглед на още по-добра четимост и вътрешна съгласуваност на текста.

Посочените препоръки не намаляват научната и научно-приложната стойност на дисертационния труд, а очертават възможности за надграждане на изследването и за по-широко представяне и практическо използване на постигнатите резултати.

8. Въпроси към докторанта

Ако предложеният диагностичен модел бъде приложен в малко агротуристическо предприятие, кои три измерими икономически показателя бихте използвали, за да докажете, че подобряването на дигиталната зрялост действително води до по-висока конкурентоспособност, и в какъв времеви хоризонт следва да бъдат наблюдавани?

Кои елементи от италианския модел за развитие и дигитално позициониране на агротуризма могат да бъдат пренесени пряко в България и за кои са необходими предварителни нормативни, организационни или финансови промени? Моля да посочите приоритетна последователност за тяхното въвеждане.

9. Заключение

Дисертационният труд на Камелия Евгениева Карадочева представлява завършено и самостоятелно научно изследване с ясно изразена актуалност, логична структура и убедителна научно-приложна насоченост. Използвана е подходяща методология, проведено е собствено емпирично проучване и е разработен приложим диагностичен инструмент. Получените резултати обогатяват познанието за маркетинговото управление и дигиталната трансформация на агротуризма и създават основа за практически решения на равнище предприятие, регион и сектор.

Представеният труд отговаря на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, правилника за неговото прилагане и вътрешните правила на Нов български университет за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

Въз основа на гореизложеното давам положителна оценка на дисертационния труд и предлагам на почитаемото научно жури да присъди на Камелия Евгениева Карадочева образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.9. „Туризъм“, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“.

Дата: 17.08.2026 г.

Изготвил становището:

(проф. д-р Иван Боевски)