

РЕЦЕНЗИЯ

**от професор Цветко Евгениев Цветков, доктор
на дисертационния труд на Десислава Стефанова Илиева
на тема: „Маркетингът на спорта за всички” за придобиване на
образователната и научна степен „Доктор” по научната специалност
„Теория и методика на физическото възпитание и спортната
тренировка (вкл. Методика на лечебната физкултура)”
в професионално направление 7.6.Спорт**

Научен ръководител: проф. Бисер Цолов, ДН

1. Биографични данни, образователно и кариерно развитие на докторанта

Десислава Стефанова Илиева е родена на 03.04.1987 г. в гр. Благоевград. Там завършва средно образование, в СОУ „Св. Климент Охридски”, с изучаване на чужди езици през 2006 година. От 2006 до 2010 г. се обучава в НСА „В. Левски”, където има придобити квалификации: треньор по таекуондо, учител по физическо възпитание и специализация по спортна журналистика. От 2010 до 2012 г. Десислава Илиева завършва успоредно две програми в ОКС „Магистър”, съответно: „Спортен мениджмънт” в НСА „В. Левски” и „Публични комуникации в сигурността и отбраната” във Военна академия „Г. С. Раковски”, гр. София.

Трудовият и стаж е свързан изцяло с БАСВ (Българска асоциация спорт за всички), където е от 2010 г. като член на Управителния съвет, технически секретар и има основни дейности и отговорности свързани с организацията и управлението на спортни събития.

Това се телеграфните данни от Европейския формат на автобиографията на Десислава Илиева. Те са точни, събрани са съответно изискванията за този документ и показват безрезервно, високата професионална квалификация на докторантката. От чисто човешки план Десислава Илиева е олицетворение на „вълната” млади, можещи, успешни хора в България. Тя е изключително трудолюбива и дисциплинирана, което и позволява да се справя с всички предизвикателства. Умее да работи в екип, познава отлично

настроенията и желанията на младите хора и това я прави можещ и обичан преподавател. Стои отлично и в българската асоциация спорт за всички като един от водещите специалисти и експерти на тази организация. Активно участва в редица национални и международни научни проекти.

Всичко това, успях да видя в докторантката като неин рецензент на дипломната работа в магистърската програма „Спортен мениджмънт“. Препоръчах и бях убеден, че тя ще прерасне в докторски труд и съм изключително щастлив, че днес можем да поговорим и за представената от нея окончателно завършена дисертация.

2. Актуалност на проблема

В далечната 1992 г. публикувах в списание „Въпроси на физическата култура“ статията „Същност и съдържание на маркетинга в спорта за всички“. Бях мотивиран за този избор от излязлата само няколко години преди това (1989 г.) първа монография в маркетинга на Веселин Благоев „Маркетингът в определения и примери“ и преди всичко от постановките на:

Първият конгрес на квалификация по въпросите на маркетинга, организиран от Асоциацията на националните олимпийски комитети (АНОК) през 1990 г. В доклада на президента на АНОК, господин Ж. Роте ясно са очертани някои основни направления относно прилагането на маркетинга в спорта за всички. И независимо, че през изминалите години се постигнаха изключително много положителни резултати, свързани с принципите, функциите, методите за маркетингови изследвания в спорта, то все още сме много далеч от приложението на маркетинга в системата на спорта за всички.

В този смисъл, приложението на маркетинга като подход за разрешаване на социалните проблеми в спорта, е не по-малко актуален отколкото в периода след 90-те години. И днес спорта за всички като социален процес се нуждае от непрекъснато формиране, поддържане и утвърждаване на трайни интереси на все по-голям дял от българското население към физическо самоусъвършенстване.

3. Структура на дисертацията

Дисертационният труд е структуриран много добре, съгласно приетите изисквания и в подходящи съотношения между отделните части. Хронологията е следната: Увод; Глава първа. Теоретико-методични постановки на проблема; Глава втора. Методология на изследването; Глава трета. Анализ а резултатите от изследването; Глава четвърта. Изводи и препоръки за практиката. Научни приноси. Литература; Приложения.

В глава първа „Теоретико-методологична постановка на проблема” са включени три подраздела:

- систематология на спорта за всички;
- политики и стратегии в управлението на системата спорт за всички;
- маркетингът в управлението на спорта за всички.

В първият подраздел, авторката разглежда основно две водещи теми: значение и социални функции на спорта в съвременното общество и систематологична характеристика на спорта за всички. След като цитира официалната дефиниция за спорта на Европейската харта от 1975 г. тя последователно се спира на отделните социални характеристики, ролята и функциите на спорта. Наред с авторите, които цитира тя ползва и основни документи на Световната здравна организация (СЗО); Международния институт по здравеопазване и здравно осигуряване; данни на Евробарометър. Именно, този широк диапазон от ползвани източници позволява на докторантката да насочи интересни данни за спорта и физическата активност на населението в Европейския съюз; за водещите мотиви за практикуване на спорта; прогноза за населението на България. И същевременно да сподели и изрази лично мнение по крайно негативните за нашата страна данни; за физическа неактивност на населението – на първо място в Европа, 78% от българите никога не са практикували физически упражнения и спорт; за демографския срив, от население за 2015 г. 7 141 859, за 2060 – 5 365 864.

За втората част на този подраздел е представена систематологична характеристика на спорта за всички, като в неговия край докторантката представя свое виждане за модела на системата „Спорт за всички”.

Във втората част на глава първа докторантката се спира обстойно на политиките и стратегиите на Европейския съюз (ЕС) в спорта за всички. Отличната теоретична подготовка позволява на Десислава Илиева не само да изброи възможно всички правни и социални документи и програми за развитието на спортното движение и активния начин на живот, но да представи и двете основни направления, по отношение на налаганите политики в спорта, а именно:

- спортна политика с приоритети в областта на спорта за всички и ясно изразени социални ангажименти на правителството;

- спортна политика с приоритети в областта на елитния спорт и дистанциране на държавата от регулиране на социалните взаимоотношения.

В същият поряд, по-нататък, отлично са представени темите „Международни спортни организации в спорта за всички” и „стратегически цели, структура и функции на българската асоциация Спорт за всички”.

Глава първа завършва с раздела „Маркетинг в управлението на спорта за всички”. В рамките на 30 (тридесет страници) обстойно са представени теоретичните основи на маркетинговите теории, маркетинговите политики и на тази база маркетингът като подход за оптимизиране управлението и социалните функции на спорта за всички.

Тук, отлично впечатление, лично за мен прави умението на докторантката да съчетава теоретичните постановки на редица автори по различните проблеми, със свои виждания, идеи и предложения:

- Концептуален модел за приложение на социално-ориентиран маркетинг в ССВ; (стр. 59)

- Модел за комплексно приложение на маркетингови концепции за развитие и управление на ССВ; (стр. 78)

- Маркетингови субекти – производствени структури в ССВ, в България. (стр. 67)

Като потвърждение на всичко това са представени 5 (пет) ключови сфери (по данни на Европейския проект „Sport City Net” на ТАФИСА)

при наличие на ефективен маркетинг за развитие и управление на спорта за всички на местно ниво, а именно: опит и информираност; сътрудничество и партньорство; програми и събития; пространство и време; контрол, оценка и непрекъснато подобряване и пълното им припокриване с предложения от докторантката „Модел за комплексно приложение на маркетинговите концепции”.

4. Методология на изследването

В резултат от обстойния анализ направен в глава първа „Теоретико-методологична постановка на проблема, докторантката извежда научния проблем и обосновава своята работна хипотеза, а именно: „Научният проблем се изразява в несъответствието между ясно формулираните стратегически цели пред системата за физическо възпитание и спорт, отразяващи интензивно повишаващата се социално-икономическа, здравна, образователна, културна и друга значимост на спорта за българското общество, от една страна и от друга – липсата на научнообоснован маркетингов подход, който да съдейства като ефективен механизъм за управление на тази спортна активност, от позициите ѝ на държавен приоритет”.

Методологията на изследването е релевантна на избраната докторска теза. Отлично са формулирани целта и задачите, областта, предмета и обекта на изследването. Представеният алгоритъм при реализацията на цялостното изследване дава пълна картина за написването, оформянето и представянето на докторския труд.

Използваните методи за научно изследване разкриват задълбочени познания на докторантката да интерпретира данните. Използвани са както редица общонаучни методи, така и методите на експертизата, SWOT и PEST анализи, изследване на отделни случаи, моделиране и математико-статистически методи.

Организацията е изпълнена в три етапа – от май 2013 г. до април 2015 г.

5. Анализ на резултатите

Третата част от труда е посветена на анализа, на резултатите от проведените проучвания.

Първото се отнася към маркетингови измерения на спортните потребности в българското общество или казано с други думи изследване на спортните интереси и потребности на българските граждани в ролята на потребители на спортна услуга. В случая, става дума за участници в четири групи спортни прояви:

- традиционни спортни събития, организирани от БАСВ;
- целеви спортни прояви на регионално ниво;
- институционални спортни прояви с масов характер;
- други спортни прояви с масов характер, организирани от БАСВ.

Чудесна е идеята на докторантката и нейния научен ръководител да подготвят и осъществят мащабно проучване с маркетингова насоченост, в която са включени 1170 лица, разпределени в 9 (девет) възрастови групи. Използваната анкетна карта включва 27 въпроса, разпределени в пет направления. Впечатлява умението на докторантката да извлича най-съществени заключения върху основата на различни методи за анализ. Данните са илюстрирани (на високо ниво) с 24 фигури и 13 таблици, които дават много добра представа за мащаба и дълбочината на вникване в същността на поставените въпроси.

Особено внимание заслужава последният въпрос свързан с оценка на фактори за развитие и управление на спорта за всички в България. Присъединявам се изцяло към мнението на докторантката, че получените становища и оценки за факторите, са от водещо значение за развитието на ССВ в България. Погледнато всеки един – брой спортни събития; налични спортни съоръжения; техническо състояние на спортните съоръжения; средствата от общините; средствата от държавата, подлежат на подобряване и оптимизация.

Второто проучване се отнася до експертна оценка на състоянието и развитието на системата „Спорт за всички” в Р. България. В него са включени 153 експерти от държавни, общински, обществени и частни структури на управление на спорта. Допитването е на база експертна карта, включваща 6 (шест) направления. Без да се спираме на всички отговори (анализът е направен професионално и коректно, с необходимото онагледяване), особен интерес представлява последното направление, а именно,

оценка и анализ на факторите, влияещи върху развитието на спорта за всички. Като водещ фактор 79,1% експертите посочват политиката, стратегията и програмата на държавата за управление и развитие на спорта за всички. И аз, както докторантката, приемам че това е верния, работещ отговор, който още веднъж потвърждава, че социалните сфери (в това число и спорта) са приоритет на държавата и нейно основно задължение.

SWOT и PEST анализите са направени професионално и изпълняват своето предназначение, а именно:

- SWOT анализът категорично показва значителна роля на ССВ. По-значителните слабости се отнасят до: неефективна форма за мотивация; малък брой клубове развиващи спорт за всички в отделни региони; лошо състояние на базата и др.

Към силните страни (които са значително повече и разкриват потенциала на ССВ) се отнасят: традициите; квалифицирани спортни специалисти; увеличен брой и видове двигателни активности и спортни услуги и др.

- PEST анализа дава една по-пълна картина за някои от основните елементи на външната среда на ССВ, а именно политическите, икономическите, социалните и технологични фактори.

Последният раздел на анализа на резултатите от проучванията е посветен на анализа на спортни събития в Р. България и анализ на международните спортни практики. Поздравления за този подход от страна на докторантката, за отличния анализ и преди всичко за практическата стойност на този реализиран подход. Посредством него от една страна, ще има винаги точна оценка за ефективността на всяко спортно събитие, а от друга, неговото комплексно приложение ще позволи съпоставяне на нашите практики с чуждия опит и възможности за приложение на добрите практики.

Като естествен завършек на цялостния труд е представен Модел за управление на системата на спорта за всички в България, чрез приложение на маркетинговия подход. Основната идея, заложена в предложения модел, се основава на приложението на 4 (четири) вида маркетинг: стопански; основан на отношения; мрежови и социален маркетинг.

Като съществен принос на предложения модел, докторантката поставя реализирането на значими за системата стратегически, ресурсни, социални, икономически и управленски ползи.

6. Формулираните 7 (седем) извода са коректни и произтичат от извършеното изследване. Препоръките са конкретни и имат практическа значимост при разработване на нормативни документи и програми.

Докторският труд е представен в добър и разбираем стил и език. Онагледен е много добре със 72 фигури и 23 таблици.

Направените препоръки, относно някои страни на докторския труд са взети предвид и коригирани след апробация.

7. Научни приноси и постижения

Научните приноси и постижения на Десислава Илиева, могат да бъдат обобщени както следва:

- Трудът е уникален за Р. България не само, че се появява в един особен за страната социално-политически климат, с ясно изразени правителствени приоритети в областта на спорта за всички, но преди всичко с това, че предлага конкретен модел за управление на системата на спорта за всички, чрез приложение на маркетинговия подход;

- Авторитетно и подробно е представено значението и социалните функции на спорта в съвременното общество и на тази база е направена систематологична характеристика на спорта за всички;

- Разкрива и представя обстойно политиките и стратегиите на Европейския съюз (ЕС) в спорта за всички;

- С особена практическа стойност са обобщените резултати от анкетното проучване, SWOT и PEST анализите, както и проведената експертиза с представители на държавни, общински, обществени и частни структури за управление на спорта.

Приносите в дисертационния труд на Десислава Илиева разширяват научните познания в областта на теорията на маркетинга и неговото приложение в спорта за всички. Нещо повече,

определено виждам възможността, предложения модел за управление на системата спорт за всички да бъде базисен в стратегиите и програмите на държавата в тази област.

8. Публикациите по дисертационния труд са три (3), от които две (2) самостоятелни и една в съавторство с доц. Н. Атанасова, д-р.

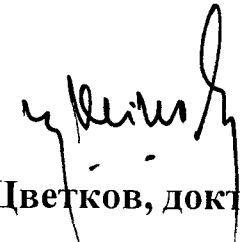
Авторефератът е подготвен съобразно изискванията и обективно отразява основните положения, направените изследвания и анализи, както и приносите на дисертационния труд.

9. Заключение

Като се има предвид:

- Мащабите и значимостта на проучването;
- Изследователските и експериментални проучвания, както и решенията на научно-методологическите въпроси;
- Изведените научнотеоретични и практически приноси, с пълна убеденост предлагам на научното жури да оцени качеството на дисертационния труд на тема: „Маркетингът на спорта за всички” и присъди на Десислава Стефанова Илиева образователната и научна степен „Доктор” по научната специалност „Теория и методика на физическото възпитание и спортна тренировка (вкл. Методика на лечебната физкултура)” в професионално направление 7.6. Спорт.

18.05.2015 г.
Гр. София

Рецензент: 
Проф. Цв. Цветков, доктор