



С Т А Н О В И Щ Е

От: *проф. д-р Еленита Кирилова Великова;*
УНСС, КАТЕДРА „ИКОНОМИКА НА ТУРИЗМА“;
Научна специалност „Икономика и управление (Туризм)“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** в професионално направление 3.8 Икономика, по научна специалност *„Икономика и управление (туризм)“* в УНСС.

Автор на дисертационния труд: *Борис Георгиев Карагеоргиев*
Тема на дисертационния труд: *МАРКЕТИНГОВО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРОПЕРАТОРСКИЯ БИЗНЕС*

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 556/23.02.2026 г. на Зам.-Ректора по НИД на УНСС и Решение от първото заседание на научното жури, проведено на 02.03.2026 г.

1. Информация за докторанта

Докторантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Икономика на туризма“, факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС по научна специалност *Икономика и управление, професионално направление 3.8. Икономика* съгласно Заповед на Ректора на УНСС № 846/31.03.2023 г. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 2023 -2026 година.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд е с общ обем от 241 страници компютърно набран текст. От тях 214 страници са увод, основен текст и заключение, 4 страници – списък на използваната литература, 23 страници приложения. Библиографският апарат включва 53 литературни източника на български и чуждестранни автори и интернет източници. В текста се съдържат 19 таблици и 8 фигури. В структурно отношение трудът е съставен от три глави, увод и заключение. В тях последователно са разгледани теоретико-методологичните основи на маркетинговото управление в

туроператорската дейност, анализирана е маркетинговата и пазарната среда, извършена е емпирична диагностика и са формулирани стратегически насоки за усъвършенстване на маркетинговото управление в туроператорския бизнес.

Темата на дисертационния труд е формулирана добре. Нейната значимост и актуалност са аргументирани в контекста на динамичните промени в туристическата индустрия, засилената конкуренция и нарастващото значение на дигиталните технологии и маркетинговите инструменти за постигане на устойчиво пазарно присъствие на туроператорските компании. Целта на изследването е да се анализира и оцени маркетинговото управление на туроператорска фирма по примера на „Мистрал Травел“, както и да се предложат насоки и препоръки за неговото усъвършенстване в условията на дигитална трансформация. От така формулираната цел логично са изведени и основните изследователски задачи, насочени към теоретичното осмисляне и практическото изследване на маркетинговото управление.

Обектът и предметът на изследването са ясно и прецизно дефинирани. Целта и задачите са коректно формулирани и съответстват на съдържанието на разработката. Изследователската теза, че прилагането на интегрирано маркетингово управление, основано на системен пазарен анализ, сегментиране, дигитални комуникационни инструменти и решения, базирани на данни, води до повишена конкурентоспособност и устойчиви пазарни резултати на туроператорските компании, е аргументирано развита и проверена чрез формулираните хипотези.

Със своите достойнства се отличават използваният методологически подход, основан на комбиниране на количествени и качествени методи, възможностите за практическо приложение на резултатите, както и ясно очертаните ограничения на изследването. Използваната система от показатели и аналитични инструменти позволява надеждна оценка на маркетинговото управление и формулиране на обосновани препоръки. Изложението и използваната литература показват, че докторантът се е запознал с широк кръг научни източници и съвременни концепции в областта на маркетинговото управление и туризма. Стилът на дисертацията е ясен, логически издържан и научно аргументиран. На структурата на дисертационния труд може да се даде много добра оценка.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

В дисертационния труд могат да бъдат очертани редица предимства с научен и научно-приложен характер. В теоретичната част последователно и логично са изяснени основните понятия и концепции, свързани с маркетинговото управление в туроператорската дейност, които

служат като основа за последващите анализи и изследвания. Изведена е спецификата на туроператорския бизнес и е анализирано неговото развитие в условията на динамична пазарна среда и дигитализация. Особено внимание е отделено на ролята на маркетинговите инструменти, сегментацията на пазара и дигиталните канали за комуникация.

Втората част на дисертационния труд е насочена към анализ на маркетинговата практика в туроператорската фирма „Мистрал Травел“, като е извършена оценка на вътрешната и външната среда, конкурентните позиции и използваните маркетингови подходи. На тази основа е проведено емпирично изследване чрез разработен инструментариум, включващ анкетни проучвания сред потребители и анализ на пазарното поведение, което позволява да се идентифицират основните тенденции, нагласи и фактори, влияещи върху избора на туристически продукти и услуги.

Анализът на получените резултати дава възможност за формулиране на аргументирани, научно обосновани и практически приложими изводи относно усъвършенстването на маркетинговото управление в туроператорския сектор. На тази основа са разработени конкретни препоръки и насоки, свързани с внедряването на интегрирани маркетингови стратегии, използването на дигитални инструменти и подобряване на комуникацията с клиентите.

Изведеният методически инструментариум позволява на докторанта да постигне поставената цел и да реши формулираните изследователски задачи. Разработването на труда доказва, че прилагането на съвременни маркетингови подходи и решения, базирани на анализ на данни и потребителско поведение, създава предпоставки за повишаване на конкурентоспособността и устойчивото развитие на туроператорските компании. Предложените модели и препоръки могат да бъдат използвани както в практиката на туристическия бизнес, така и като основа за бъдещи научни изследвания в областта на маркетинговото управление в туризма.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Дисертационният труд е посветен на актуален и значим проблем, свързан с маркетинговото управление в туроператорската дейност в условията на засилена конкуренция и дигитална трансформация на туристическия сектор. Тематиката е с нарастващо значение както за теорията, така и за практиката на туризма, като в българската научна литература все още липсват достатъчно задълбочени изследвания, насочени към интегрираното маркетингово управление на туроператорските компании. Това създава предпоставки за формулиране на обосновани изводи и предложения с реална практическа стойност.

Приемам изведените от докторанта научни и научно-приложни приноси, като считам, че направената от него самооценка е коректна, аргументирана и съответства на съдържанието на разработката. В дисертационния труд могат да бъдат открити следните по-съществени приноси с теоретичен и приложен характер:

- Систематизирани са теоретичните постановки и съвременните подходи в областта на маркетинговото управление в туроператорската дейност, като е изяснена тяхната еволюция и приложимост в условията на дигитална икономика;
- Анализирани са спецификата на туроператорския бизнес като динамична и високо конкурентна дейност, изискваща интегриран маркетингов подход, базиран на пазарно сегментиране, управление на клиентските взаимоотношения и ефективно използване на дигитални комуникационни канали;
- Проучени са съвременни практики и тенденции в маркетинговото управление на туристически компании, включително влиянието на дигитализацията и променящото се потребителско поведение, което допринася за разширяване на научното познание в тази област;
- Разработен е авторски модел/подход за усъвършенстване на маркетинговото управление в туроператорска фирма, базиран на емпирично изследване и анализ на дейността на „Мистрал Травел“, с насоченост към повишаване на пазарната ефективност и конкурентоспособността;
- Формулирани са практически насоки и препоръки за прилагане на съвременни маркетингови стратегии и инструменти в туроператорската дейност, включително чрез използване на дигитални технологии и ориентирани към клиента решения.

Посочените приноси са резултат от самостоятелната изследователска работа на автора. Те допринасят за обогатяване на теорията и практиката в областта на маркетинговото управление в туризма и предлагат приложима рамка за повишаване на ефективността и конкурентоспособността на туроператорските компании в България.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

По вид и брой представените **публикации** съответстват на обявените от докторанта в приложения списък. Общо са представени пет публикации. Четири от тях са доклади в съавторство, представени на значими научни форуми, а една е студия, налична в интернет. Считам, че тези публикации представят реално постиженията на докторанта и са

достатъчно представителни, за да ги огласят пред академичната общност и заинтересованите делови кръгове от практиката.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът достоверно възпроизвежда съдържанието на труда. Подготвен е в обем от 66 страници компютърно набран текст и е съставен от три части, които в максимална степен отразяват изследователската работа на докторанта.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Въпреки безспорните достойнства на дисертационния труд, могат да бъдат очертани и някои слабости, които са по-скоро характерни за изследовател в ранен етап на научното си развитие. Те не са съществени и имат предимно препоръчителен характер, като не поставят под съмнение общата положителна оценка на разработката. Би могло в бъдещата си научноизследователска дейност докторантът да насочи усилията си към по-задълбочено изследване на приложението на иновативни и дигитални маркетингови инструменти в туроператорската дейност, както и към разработване на модели за устойчиво повишаване на конкурентоспособността на туристическите компании в условията на динамична пазарна среда.

8. Заключение

В дисертационния труд са поставени ясни цели и задачи, които докторант Карагеоргиев безспорно е постигнал и изпълнил. Анализите са коректни, препоръките обосновани и произтичащи от резултатите от изследването. Докторантът демонстрира умения за задълбочен и аргументиран анализ, обобщения и критично мислене. Анализиранията дисертация представлява творческо постижение, което като тематика, теоретични обобщения, изводи и препоръки има своето безспорно значение за теорията и практиката в туризма.

Всичко това ми дава основание да предложа на уважаемите членове на научното жури да присъдят на Борис Георгиев Карагеоргиев образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност „Икономика и управление (Туризм)“, професионално направление 3.8. Икономика.

31.03.2026 г./ гр. София

Подпис:
/проф. д-р Е. Великова/

S T A T E M E N T

By: Prof. Dr. Elenita Kirilova Velikova

University of National and World Economy

Scientific field: Economics and Management (Tourism)

Regarding: A doctoral dissertation submitted for the award of the educational and scientific degree “Doctor” in the scientific field Economics and Management (Tourism) at the University of National and World Economy.

Grounds for presenting the statement: Participation as a member of the scientific jury for the public defence of the doctoral dissertation, in accordance with Order No. 556/23.02.2026 of the Vice-Rector for Research Activities at the University of National and World Economy.

Author of the doctoral dissertation: **Boris Georgiev Karageorgiev**

Title of the doctoral dissertation: **MARKETING MANAGEMENT OF THE TOUR OPERATOR BUSINESS**

1. Information about the Doctoral Candidate

The PhD student was enrolled in a doctoral program at the Department of Economics of Tourism, Faculty of Economics of Infrastructure at the University of National and World Economy, in the scientific specialty Economics and Management, professional field 3.8 Economics, in accordance with Order No. 846/31.03.2023 of the Rector of UNWE. The training was conducted in a full-time form during the period 2023–2026.

2. General Characteristics of the Submitted Dissertation

The dissertation has a total volume of 241 pages of computer-typed text. Of these, 214 pages comprise the introduction, main text, and conclusion; 4 pages include the list of references; and 23 pages contain appendices. The bibliographic apparatus includes 53 sources by Bulgarian and foreign authors, as well as internet sources. The text contains 19 tables and 8 figures. Structurally, the dissertation consists of an introduction, three main chapters,

and a conclusion. These sections sequentially examine the theoretical and methodological foundations of marketing management in tour operator activities, analyze the marketing and market environment, present an empirical diagnosis, and formulate strategic guidelines for improving marketing management in the tour operator business.

The topic of the dissertation is well formulated. Its significance and relevance are justified in the context of the dynamic changes in the tourism industry, increasing competition, and the growing importance of digital technologies and marketing tools for achieving a sustainable market presence of tour operator companies. The aim of the study is to analyze and evaluate the marketing management of a tour operator company using the example of “Mistral Travel,” as well as to propose guidelines and recommendations for its improvement in the context of digital transformation. Based on this objective, the main research tasks are logically derived and are directed toward both the theoretical conceptualization and the practical examination of marketing management.

The object and subject of the research are clearly and precisely defined. The aim and tasks are correctly formulated and correspond to the content of the study. The research thesis – that the application of integrated marketing management, based on systematic market analysis, segmentation, digital communication tools, and data-driven solutions, leads to increased competitiveness and sustainable market performance of tour operator companies – is thoroughly developed and validated through the formulated hypotheses.

The dissertation demonstrates strong methodological merits, particularly through the application of a combined approach integrating quantitative and qualitative methods. The potential for practical application of the results, as well as the clearly defined limitations of the study, are also notable strengths. The system of indicators and analytical tools used enables a reliable evaluation of marketing management and the formulation of well-founded recommendations. The exposition and the literature review indicate that the doctoral candidate is familiar with a wide range of scientific sources and contemporary concepts in the field of marketing management and tourism. The style of the dissertation is clear, logically consistent, and scientifically sound. The structure of the dissertation can be evaluated very positively.

3. Evaluation of the Obtained Scientific and Applied Research Results

The dissertation outlines a number of significant advantages of both scientific and applied nature. In the theoretical part, the main concepts and notions related to marketing management in tour operator activities are consistently and logically clarified, serving as a foundation for the subsequent analyses and research. The specific characteristics of the tour operator business are

identified, and its development is analyzed in the context of a dynamic market environment and digitalization. Particular attention is paid to the role of marketing tools, market segmentation, and digital communication channels.

The second part of the dissertation focuses on the analysis of marketing practices in the tour operator company “Mistral Travel,” including an assessment of the internal and external environment, competitive positioning, and the applied marketing approaches. On this basis, an empirical study has been conducted using a developed research instrumentarium, including surveys among consumers and analysis of market behavior, which allows for the identification of key trends, attitudes, and factors influencing the choice of tourism products and services.

The analysis of the obtained results enables the formulation of well-argued, scientifically grounded, and practically applicable conclusions regarding the improvement of marketing management in the tour operator sector. Based on these findings, specific recommendations and guidelines have been developed, related to the implementation of integrated marketing strategies, the use of digital tools, and the enhancement of customer communication.

The proposed methodological framework allows the doctoral candidate to achieve the stated research objective and to address the formulated research tasks. The study demonstrates that the application of modern marketing approaches and solutions, based on data analysis and consumer behavior, creates conditions for enhancing competitiveness and ensuring the sustainable development of tour operator companies. The proposed models and recommendations can be applied both in tourism business practice and as a basis for future research in the field of marketing management in tourism.

4. Evaluation of the Scientific and Applied Contributions

The dissertation is devoted to a topical and significant issue related to marketing management in tour operator activities in the context of intensified competition and the digital transformation of the tourism sector. The topic is of increasing importance for both tourism theory and practice, as the Bulgarian academic literature still lacks sufficiently in-depth research focused on the integrated marketing management of tour operator companies. This creates conditions for the formulation of well-grounded conclusions and proposals with real practical value.

I accept the scientific and applied contributions identified by the doctoral candidate, considering that his self-assessment is accurate, well-argued, and consistent with the content of the dissertation. The following more significant contribution points of both theoretical and practical nature can be highlighted:

- The theoretical foundations and contemporary approaches in the field of marketing management in tour operator activities are systematized, with

- clarification of their evolution and applicability in the context of the digital economy;
- The specific nature of the tour operator business is analyzed as a dynamic and highly competitive activity requiring an integrated marketing approach based on market segmentation, customer relationship management, and the effective use of digital communication channels;
 - Contemporary practices and trends in the marketing management of tourism companies are examined, including the impact of digitalization and changing consumer behavior, contributing to the expansion of scientific knowledge in this field;
 - An original model/approach for improving marketing management in a tour operator company is developed, based on empirical research and analysis of the activities of “Mistral Travel,” aimed at enhancing market efficiency and competitiveness;
 - Practical guidelines and recommendations are formulated for the application of modern marketing strategies and tools in tour operator activities, including the use of digital technologies and customer-oriented solutions.

The identified contributions are the result of the author’s independent research work. They contribute to the enrichment of both theory and practice in the field of marketing management in tourism and provide an applicable framework for improving the efficiency and competitiveness of tour operator companies in Bulgaria.

5. Evaluation of the Publications Related to the Dissertation

In terms of both type and number, the submitted publications correspond to those listed by the doctoral candidate in the attached reference list. A total of five publications are presented. Four of them are co-authored conference papers presented at significant scientific forums, and one is a study available online. I consider that these publications adequately reflect the doctoral candidate’s achievements and are sufficiently representative to disseminate them among the academic community and relevant stakeholders from practice.

6. Evaluation of the Abstract

The abstract accurately reflects the content of the dissertation. It is prepared in a volume of 66 pages of typed text and consists of three parts, which to the greatest extent represent the research work of the doctoral candidate.

7. Critical Remarks, Recommendations, and Questions

Despite the undeniable merits of the dissertation, some minor weaknesses can be identified, which are rather characteristic of a researcher at an early stage of academic development. These are not substantial and are mainly of a recommendatory nature, without calling into question the overall positive

assessment of the study. In future research work, the doctoral candidate could focus on a more in-depth exploration of the application of innovative and digital marketing tools in tour operator activities, as well as on the development of models for sustainable enhancement of the competitiveness of tourism companies in a dynamic market environment.

8. Conclusion

The dissertation sets clearly defined objectives and tasks, which the doctoral candidate Karageorgiev has undoubtedly achieved and fulfilled. The analyses are accurate, and the recommendations are well-founded and derived from the research results. The doctoral candidate demonstrates the ability for in-depth and well-argued analysis, synthesis, and critical thinking. The dissertation represents a creative scholarly achievement which, in terms of its topic, theoretical generalizations, conclusions, and recommendations, has undeniable significance for both the theory and practice of tourism.

All of the above provides sufficient grounds for me to propose to the esteemed members of the scientific jury to award Boris Georgiev Karageorgiev the educational and scientific degree “Doctor” in the scientific specialty “Economics and Management (Tourism),” professional field 3.8 Economics.

31.03.2026 / Sofia

Signature:

/Prof. Dr. E. Velikova/