



СТ А Н О В И Щ Е

От: *проф. д-р Мария Златкова Станкова*
ЮЗУ „НЕОФИТ РИЛСКИ“

Научна специалност: Икономика и управление на туризма

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** 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 от 23.02.2026 г. на Ректора на УНСС за провеждане на процедура за придобиване на ОНС "доктор" по ПН 3.8. Икономика, докторска програма "Икономика и управление (туризм)".

По процедурата е представен дисертационен труд, автореферат и автобиография на докторант Борис Георгиев Карагеоргиев. В автореферата са включени списъци с публикации и с приноси, реализирани в резултат на изследването. Материалите са предоставени на електронен носител. Приложена е и справка за изпълнение на минималните национални изисквания за ОНС „доктор“, както и заповеди за зачисляване и отчисляване.

1. Информация за дисертанта

Борис Георгиев Карагеоргиев се е обучавал по докторска програма към катедра „Икономика на туризма“, факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС по научна специалност „Икономика и управление“ (Туризм), съгласно Заповед на Ректора на УНСС № 846/31.03.2023 г. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 2023-2026 г., като кандидатът е отчислен с право на защита, считано от 28.02.2026 г.

Борис Карагеоргиев е завършил 9-та Френска езикова гимназия с чуждоезиков профил. След средното си образование, е продължил да се обучава в Университета за национално и световно стопанство (УНСС), където през 2020 г. се дипломира като бакалавър по специалност „Икономика на туризма“. От същото висше училище е и магистърската му степен от 2022 г. по специалност „Международен туризъм“. В периода 2023 – 2026 г., Б. Карагеоргиев е докторант по програма *Икономика и управление (Туризм)* в редовна форма на обучение, отново в УНСС.

Още като студент, Б. Карагеоргиев основава Mistral Travel & Events, София (2019 г.), където и до момента е управляващ собственик. Партньор е и в Mistral Travel Ltd. От 2023 г. е ръководител на направление Medico Congress – подразделение на Mistral Travel Ltd. С синхрон с тази професионална насоченост, научните интереси на докторант Карагеоргиев са ориентирани към маркетинговото управление на туроператорския бизнес, дигиталния маркетинг в туризма, дигитализацията на туристическите услуги, бизнес и конгресния туризъм.

По процедурата кандидатът представя автобиография, в която е включил и списък с реализираните по темата на дисертационния труд публикации.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представеният ми за становище дисертационен труд е в обем от 241 страници. В него се включва основен текст от 206 страници. Откриват се систематизирани списъци с таблици и фигури, чийто брой е както следва: 19 таблици и 8 фигури. Използваната литература е коректно описана и включва 39 публикации на кирилица и латиница, както и 14 онлайн източника.

В структурно отношение, трудът включва увод, три основни глави, заключение, раздели за научни приноси, ограничения и бъдещи изследвания и приложения.

Ориентирайки се към спецификата на туроператорската дейност и нейното маркетингово управление, дисертационният труд определено се позиционира като актуален. Последователно и прагматично, тази актуалност е разкрита в уводната част, заедно с подчертаването на научно-практическата значимост на изследването. В логическа обвързаност са формулирани обект и предмет на изследването, определени са целта и произтичащите от нея изследователски задачи, както и основната изследователска теза и работните хипотези. Представен е използваният методологически инструментариум, очертани са очакваните научни и приложни резултати и са посочени ограниченията на изследването.

Приемам за коректни формулировките на предмета, обекта и целите на изследване. Същевременно, преценявайки съответствието на отделните елементи в рамките на техния функционален синтез в дисертационния труд, трябва да се отбележи, че изведените в началото общо три работни хипотези, всъщност не са непосредствено доказани или отхвърлени. Авторът, по-скоро ги обвързва с действия по концептуализиране и с верификация чрез наблюдение, експериментиране и дигитално проследяване на резултатите. Това е добре изложено като позиция в трета глава и в заключението, където теоретичните модели и концепции на маркетинговото управление се съпоставят с конкретни наблюдения и резултати от практиката на туроператорска фирма „Мистрал Травел“. Затова, приемам идеята на кандидата за дигиталния маркетинг, като инструмент за тестване на хипотези и за проследяване на ключови показатели за успех, за оригинална.

Цитирането в дисертационния труд, като цяло е коректно, но прави впечатление не големия брой използвани източници. В това отношение, бих предложила на кандидата да обърне по-специално внимание на литературния преглед при бъдещи свои изследвания. Смятам, че по този начин би се постигнала по-висока теоретична обусловеност на изследователската рамка.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

За целите на становището, преценката на постигнатото от кандидата в процеса на изследване на маркетинговото управление на туроператорския бизнес, е представено в конкретиката на отделните глави.

Глава първа въвежда в условността на теоретичните и методологическите основи на маркетинговото управление, със специален акцент върху туроператорската дейност. Анализирани са същността и специфичните характеристики на туроператорския бизнес, особеностите на маркетинговото управление в туристическия сектор и факторите, формиращи потребителското поведение в туризма. В това отношение трябва да се подчертае представянето на процеса на вземане на решение при туристите, който авторът систематизира и илюстрира коректно на фиг. 2 (стр. 52 от дисертационния труд). Специално внимание е отделено на ролята на маркетинговия микс, дигиталната трансформация и значението на бранд мениджмънта и пазарното позициониране за развитието на туроператорските предприятия. Главата завършва с обобщени изводи от теоретичния преглед, задаващи концептуалната основа за последващото емпирично изследване.

Втората глава е посветена на изследването на маркетинговата среда и пазарната динамика в туроператорската дейност. В нея се разглеждат мястото и значението на маркетинговата дейност в туроператорските предприятия, както и основните инструменти и подходи на маркетинговото управление. Анализирани са процесите на сегментиране на туристическия пазар и формирането на потребителското поведение, в релация с предходно изведени констатации, както и особеностите на конкурентната среда. Именно чрез този анализ, се очертават ключовите фактори, определящи конкурентоспособността и пазарното позициониране на туроператорските предприятия.

Емпиричната част на изследването е представена в *Глава трета*. Фокусът е поставен върху маркетинговата дейност на „Мистрал Травел“. Главата започва с изложение на методологията на проведеното проучване, в паралел на представянето на организационната характеристика на избраното предприятие. Следва оценка на маркетинговата дейност на Мистрал Травел“, като е анализирана нейната пазарна позиция и конкурентна среда. Специално внимание е отделено на взаимовръзката между използваните маркетингови инструменти и постигнатите пазарни резултати. Индиректно са обосновани изведените хипотези. Така например, по отношение на хипотеза втора (според последователността на извеждане в увода), авторът констатира, че на базата на емпиричните резултати е налице потвърждение за пряко отражение на инвестициите в дигитални канали, CRM и персонализирани комуникации върху повишена конверсия и намалени разходи за придобиване. Паралелно се установява растящ дял на повторните резервации — индикатор за укрепващи взаимоотношения с клиентите. Главата завършва с представяне на стратегически насоки за усъвършенстване на маркетинговото управление на туроператора, включващи набор от предложения за оптимизиране на процесите, внедряване на дигитални решения и въвеждане на показатели за оценка на ефективността.

ЗаклЮчението на дисертационния труд обобщава основните резултати от изследването и анализира степента на потвърждаване на изследователската теза, както и предлага обяснение по хипотезите. Съдържа и формулировки на основните научни и практико-приложни приноси на дисертационния труд.

В отделен раздел са разгледани ограниченията на изследването и са предложени насоки за бъдещи научни търсения, които очертават възможности за по-нататъшно разширяване и задълбочаване на анализа.

Обобщението на постиженията на кандидата ясно откроява теоретичната му подготвеност, добро познаване и боравене с правилно

подбран, спрямо изведените обект и цел, изследователски апарат. Видни са уменията му да систематизира и анализира информация, както и познанията и уменията му за провеждане на анкетно проучване с използване на петстепенни Лайкъртови скали и количествено измерване на нагласите и извършване на последващи статистически анализи. Те проличават и при концептуализирането и представянето на полуструктурираните интервюта с мениджъри и експерти от туроператорския сектор. Положително следва да се оцени и опита му с крос анализа, който прилага за целите на съпоставката между различни групи данни и променливи. В резултат, е разкрил зависимости между потребителски нагласи, типове туристически продукти, канали за дистрибуция и резултати от маркетинговите дейности, както и е направил сравнителни изводи между различни сегменти и управленски практики.

Избраният и приложен подход, е способствал изпълнението на поставените цел и задачи и постигането на изведените научни и научно-приложни резултати, особено що се отнася до предложения модел за усъвършенстване на маркетинговото управление в туроператорските предприятия, илюстриран чрез практическите наблюдения върху дейността на „Мистрал Травел“.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Научните и приложни приноси по дисертационния труд са включени като част от Автореферата и са общо 7 на брой. Преценката по отношение на тях изисква да се отбележи, че е налице логическа последователност в тяхното формулиране и ясно изразена приложна насоченост. Отразявайки постигнатото в изследването, те обхващат както доразвиване на теоретичната рамка на маркетинговото управление в туроператорската дейност, така и разработването на методологически и аналитични модели за оценка и оптимизиране на маркетинговата дейност (в туроператорските предприятия). Трябва да се открие приноса, свързан с интегрирането на ключови показатели за ефективност, CRM системи, маркетингова автоматизация и аналитични инструменти в единна концептуална рамка, което създава предпоставки за по-прецизно и базирано на данни управление на маркетинга в туристическия сектор. Допълнителна стойност имат предложените стратегическа рамка и пътна карта за внедряване на дигитални маркетингови решения, които разширяват научните изследвания в областта на дигиталната трансформация и приложението на AI технологии в маркетинга.

Приемам, че те представят постиженията на докторанта, които допринасят за обогатяване на теоретичните постановки на маркетинговото управление на туроператорската дейност, както и имат практическа приложимост за туроператорските предприятия.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Борис Карагеоргиев посочва общо 5 публикации, свързани с разработения от него дисертационен труд. Сред тях има студия, която е самостоятелна разработка на кандидата. Останалите 4 публикации са в съавторство и са представени на юбилейни и международни научни форуми.

Видно от съдържанието им, те отразяват търсенията на кандидата като изследовател и се занимават с въпросите на дигиталния маркетинг и дигитализацията на услугите в туризма. Студията е фокусирана върху маркетинговата среда и пазарно поведение в туроператорската дейност и е издание на Университет за Национално и Световно Стопанство, с издател Катедра „Икономика на туризма“.

6. Оценка на автореферата

Съдържанието на дисертационния труд е отразено и в изготвения от кандидата автореферат с обем от 66 страници (на български и английски език). В него, коректно са описани отделните части на изследването.

В края на автореферата е представена декларация, в която кандидатът заявява, че дисертационният труд „Маркетингово управление на туроператорския бизнес“ е изцяло авторски продукт и, че при неговото разработване не са ползвани чужди публикации и разработки в нарушение на авторските им права.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Карагеоргиев показва добри познания в изследваната област. Препоръчвам му да продължи научните си изследвания и публикации, като обърне внимание на възможността за публикации в специализирани и реферирани научни издания в страната и чужбина, за да получат по-голяма разгласа постигнатите от него резултати.

По отношение на някои от бележките по-горе в текста на становището, считам, че те биха могли да бъдат изяснени в отговора на докторанта, имайки предвид професионалния му опит, на следния въпрос: До каква степен предложеният модел за усъвършенстване на маркетинговото управление в туроператорските предприятия би бил възприет и прилаган от други предприятия от сектора?

8. Заключение

Като имам предвид, че дисертацията е разработена от докторанта, и, видно от предоставените по процедурата материали и документи, са спазени изискванията на ЗРАСРБ, Правилника за неговото приложение и вътрешните правила на УНСС, както и обстоятелството, че Борис Георгиев Карагеоргиев притежава умения за провеждане на научни изследвания, предлагам на Уважаемите членове на Научното жури да гласуват положително и да вземат решение, с което да се присъди на кандидата образователната и научната степен ДОКТОР по ПН 3.8 Икономика, научна специалност „Икономика и управление“ (Туризъм) в УНСС.

Дата: 23.03.2026 г.

Изготвил становището:

проф. д-р Мария Станкова



ACCADEMIC OPINION

By: *Prof. Dr. Mariya Zlatkova Stankova*

South-West University "NEOFIT RILSKI"

Scientific specialty: Tourism Economics and Management

Concerning: dissertation for the award of the educational and scientific degree
"Doctor" in the scientific specialty "Economics and Management"
(Tourism) at the University of National and World Economy

Author of the dissertation: *Boris Georgiev Karageorgiev*

Topic of the dissertation: *Marketing management of the tour operator
business*

Grounds for submitting the opinion: participation in the scientific jury for the public defense of the dissertation, in accordance with Order No. 556 of 23.02.2026 of the Rector of the UNWE for conducting a procedure for acquiring the educational and scientific degree "Doctor" in professional field 3.8. Economics, doctoral program "Economics and Management (Tourism)".

A dissertation, abstract and autobiography of doctoral student Boris Georgiev Karageorgiev were submitted under the procedure. The abstract includes lists of publications and contributions made as a result of the research. The materials are provided on an electronic medium. A certificate of fulfillment of the minimum national requirements for the educational and scientific degree "Doctor ", as well as orders for enrolment and referral for public defense, is also attached.

1. Information about the candidate

Boris Georgiev Karageorgiev studied under the doctoral program at the Department of Tourism Economics, Faculty of Infrastructure Economics of the UNWE in the scientific specialty "Economics and Management" (Tourism), in accordance with the Order of the Rector of the UNWE No. 846/31.03.2023. The training was carried out on a full-time basis during the period 2023-2026, and the candidate was expelled as of 28.02.2026.

Boris Karageorgiev graduated from the 9th French Language High School with a foreign language profile. After his secondary education, he continued his education at the University of National and World Economy (UNWE), where in 2020 he graduated as a bachelor in the specialty "Economics of Tourism". He also received his master's degree in 2022 in the specialty "International Tourism" from the same University. In the period 2023 - 2026, B. Karageorgiev is a doctoral student in the Economics and Management (Tourism) program in full-time study, again at the UNWE.

While still a student, B. Karageorgiev founded Mistral Travel & Events, Sofia (2019), where he is still the manager. He is also a partner in Mistral Travel Ltd. Since 2023, he has managed the Medico Congress division - a division of Mistral Travel Ltd. In view of this professional focus, the scientific interests of doctoral student Karageorgiev are oriented towards the marketing management of the tour operator business, digital marketing in tourism, the digitalization of tourist services, business and congress tourism.

According to the procedure, the candidate submits an abstract, resuming his research, in which he has also included a list of the publications on the topic of the dissertation.

2. General characteristics of the presented dissertation work

The dissertation work presented to me for opinion is 241 pages long. It includes a main text of 206 pages. Systematized lists of tables and figures are found, the number of which is as follows: 19 tables and 8 figures. The literature used is correctly described and includes 39 publications in Cyrillic and Latin, as well as 14 online sources.

In structural terms, the work includes an introduction, three chapters, a conclusion, sections on scientific contributions, limitations and future research and applications.

The dissertation is definitely positioned as relevant, as it is oriented towards the specifics of tour operator activity and its marketing management.. Consistently and pragmatically, this topicality is revealed in the introductory part, along with emphasizing the scientific and practical significance of the study. The object and subject of the study are formulated in a logical connection, the goal and the resulting research tasks are defined, as well as the main research thesis and working hypotheses. The methodological tools used are presented, the expected scientific and applied results are outlined, and the limitations of the study are indicated.

I do accept the formulations of the subject, object and goal of the study as correct. At the same time, assessing the correspondence of the individual elements within their functional synthesis in the dissertation work, it should be

noted that the three working hypotheses derived at the beginning are not actually directly proven or rejected. The author rather links them to conceptualization actions and verification through observation, experimentation and digital tracking of the results. This is well stated as a position in the third chapter and in the conclusion, as the theoretical models and concepts of marketing management are compared with specific observations and results from the practice of the tour operator company "Mistral Travel". Therefore, I accept the candidate's idea of digital marketing as a tool for testing hypotheses and tracking key success indicators as original.

The citation in the dissertation is generally correct, but the small number of sources used is striking. In this regard, I would suggest that the candidate pay special attention to the literature review in his future research. I believe that this would achieve a higher theoretical basis for the research framework.

3. Assessment of the obtained scientific and applied scientific results

For the purposes of the opinion, the assessment of the candidate's achievements in the process of researching marketing management in the tour operator business is presented in the specifics of the three main chapters.

Chapter one introduces the conventionality of the theoretical and methodological foundations of marketing management, with a special emphasis on tour operator activity. The essence and specific characteristics of the tour operator business, the features of marketing management in the tourism sector and the factors shaping consumer behavior in tourism are analyzed. In this regard, it is necessary to emphasize the presentation of the decision-making process of tourists, which the author systematizes and illustrates correctly in Fig. 2 (p. 52 of the dissertation). Special attention is paid to the role of the marketing mix, digital transformation and the importance of brand management and market positioning for the development of tour operator enterprises. The chapter ends with summarized conclusions from the theoretical review, setting the conceptual basis for the subsequent empirical research.

The Second chapter is devoted to the study of the marketing environment and market dynamics in tour operator activities. It examines the place and importance of marketing activities in tour operator enterprises, as well as the main tools and approaches of marketing management. The processes of segmentation of the tourist market and the formation of consumer behavior are analyzed, in relation to previously derived findings, as well as the features of the competitive environment. It is through this analysis that the key factors determining the competitiveness and market positioning of tour operator companies are outlined.

The empirical part of the study is presented in **Chapter Three**. The focus

is on the marketing activities of "Mistral Travel". The chapter begins with a presentation of the methodology of the conducted study, presenting the organizational characteristics of the selected enterprise. This is followed by an assessment of the marketing activities of "Mistral Travel", analyzing its market position and competitive environment. Special attention is paid to the relationship between the marketing tools used and the achieved market results. The hypotheses derived are indirectly justified. For example, with regard to hypothesis two (according to the sequence of derivation in the introduction), the author finds that based on the empirical results there is confirmation of a direct reflection of the investment. The effects of digital channels, CRM and personalized communications on increased conversion and reduced acquisition costs. At the same time, a growing share of repeat bookings is observed - an indicator of strengthening customer relationships. The chapter ends with a presentation of strategic guidelines for improving the marketing management of the tour operator, including a set of proposals for optimizing processes, implementing digital solutions and introducing indicators for assessing effectiveness.

The conclusion of the dissertation summarizes the main results of the study and analyzes the degree of confirmation of the research thesis, as well as offers an explanation of the hypotheses. It also contains formulations of the main scientific and practical contributions of the dissertation.

A separate section examines the limitations of the study and suggests guidelines for future scientific research, which outline opportunities for further expansion and deepening of the analysis.

The summary of the candidate's achievements clearly highlights his theoretical preparation, good knowledge and handling of a correctly selected, in relation to the derived object and goal, research apparatus. His skills in systematizing and analyzing information are evident, as well as his knowledge and skills in conducting a survey using five-point Likert scales and quantitative measurement of attitudes and performing subsequent statistical analyses. They are also evident in the conceptualization and presentation of semi-structured interviews with managers and experts from the tour operator sector. His experience with cross-analysis, which he applies for the purposes of comparing different groups of data and variables, should also be positively evaluated. As a result, he has revealed dependencies between consumer attitudes, types of tourist products, distribution channels and results of marketing activities, as well as made comparative conclusions between different segments and management practices.

The chosen and applied approach has facilitated the implementation of the set goals and objectives and the achievement of the derived scientific and

scientific-applied results, especially with regard to the proposed model for improving marketing management in tour operator enterprises, illustrated through practical observations on the activities of "Mistral Travel".

4. Assessment of scientific and applied scientific contributions

The scientific and applied scientific contributions of the dissertation are included as part of the Abstract and are 7 in total. The assessment of them requires that it be noted that there is a logical consistency in their formulation and a clearly expressed applied focus. Reflecting the achievements of the research, they encompass both the further development of the theoretical framework of marketing management in tour operator activities, and the development of methodological and analytical models for the evaluation and optimization of marketing activities (in tour operator enterprises). The contribution related to the integration of key performance indicators, CRM systems, marketing automation and analytical tools into a single conceptual framework should be highlighted, which creates prerequisites for more precise and data-based marketing management in the tourism sector. The proposed strategic framework and roadmap for implementing digital marketing solutions, which expand scientific research in the field of digital transformation and the application of AI technologies in marketing, have additional value.

I accept that they present the achievements of the doctoral student, which contribute to enriching the theoretical statements of the marketing management of tour operator activities, as well as have practical applicability for tour operator enterprises.

5. Evaluation of the publications on the dissertation

Boris Karageorgiev indicates a total of 5 publications related to the dissertation work he developed. Among them is a study that is an independent development of the candidate. The remaining 4 publications are co-authored and have been presented at anniversary and international scientific forums.

As can be seen from their content, they reflect the candidate's research as a researcher and deal with the issues of digital marketing and the digitalization of services in tourism. The study focuses on Marketing Environment and Market Behavior in Tour Operator Activities and is published by the University of National and World Economy, with the Department of Tourism Economics as the publisher.

6. Evaluation of the abstract

The content of the dissertation is also reflected in the abstract prepared by the candidate with a volume of 66 pages (in Bulgarian and English). It correctly

describes the individual parts of the study and presents the contributing points.

At the end of the abstract, a declaration is presented in which the candidate states that the dissertation "Marketing Management of the Tour Operator Business" is an entirely author's product and that no other publications and developments were used in its development in violation of their copyright.

7. Critical notes, recommendations and questions

Karageorgiev shows good knowledge in the research area. I recommend that he continue his scientific research and publications, paying attention to the possibility of publications in specialized and refereed scientific journals in the country and abroad, in order to gain greater publicity for his achieved results.

Regarding some of the notes above in the text of the opinion, I believe that they could be clarified in the doctoral student's answer, taking into account his professional experience, to the following question: To what extent would the proposed model be adopted and applied by other enterprises in the sector?

8. Conclusion

Considering that the dissertation was developed by the doctoral student, and, as evident from the materials and documents provided during the procedure, the requirements of the Law on the State Administration of the Republic of Bulgaria and the internal rules of the UNWE have been met, as well as the fact that Boris Georgiev Karageorgiev possesses the skills to conduct scientific research, I propose to the Honourable members of the Scientific Jury to vote positively and make a decision to award the candidate the educational and scientific degree of DOCTOR in PN 3.8 Economics, scientific specialty "Economics and Management" (Tourism) at the UNWE.

Date: 23.03.2026 г.

Opinion, prepared by:

Prof. Dr. Mariya Stankova