

СТАНОВИЩЕ

От: проф. д-р Христо Иванов Катранджиев, Университет за национално и световно стопанство, ръководител катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“

Автор на дисертационния труд: Христомир Иванов Куцаров

Тема на дисертационния труд: „Конкурентоспособност на туристическите обекти в България в условията на несигурност и извънредни ситуации“

Научен ръководител: доц. д-р Йовка Петкова Банкова

1. Представяне на докторанта

От представените за рецензиране материали е видно, че докторантът Христомир Иванов Куцаров е специалист с последователна академична подготовка и значителен практически опит в областта на туризма, маркетинга, управлението на туристически обекти и клиентското преживяване. Той е роден на 08.08.1989 г. и е български гражданин. Професионалното и образователното му развитие очертават ясен профил на кандидат, който съчетава управленска практика, маркетингова компетентност и изследователски интерес към конкурентоспособността на туристическите обекти.

Образователната подготовка на докторанта е изградена в Университета за национално и световно стопанство. Той притежава бакалавърска степен по бизнес администрация, магистърска степен по бизнес администрация и магистърска степен по маркетинг. От 2019 г. е докторант към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на УНСС. Тази академична последователност е напълно съответстваща на тематиката на представения дисертационен труд и осигурява необходимата теоретична основа за изследване на маркетинговите и управленските аспекти на конкурентоспособността в туризма.

Професионалната биография на Христомир Куцаров е пряко свързана с предметното поле на дисертацията. От началото на 2026 г. той заема длъжността ръководител департамент „Оперативно управление на терминали и клиентско преживяване“ на Летище Васил Левски София. В рамките на тази позиция отговаря за управлението на дейността на служителите в департамента, за стратегията за постигане на по-високи нива на акредитация по пътническо изживяване, както и за стратегически проекти, насочени към развитие на летищната инфраструктура и качеството на клиентското обслужване. Този опит има съществена връзка с проблематиката на конкурентоспособността, тъй като летищната среда е ключов елемент от туристическата екосистема и от възприемането на дестинацията.

В периода 2023 - 2025 г. докторантът е работил като продуктов мениджър „Терминали“ на Летище Васил Левски София, където е участвал в проекти за подобряване на пътническото преживяване, инфраструктурата на терминалните сгради и стратегическото развитие на

летището. Преди това, в периода 2014 - 2023 г., е бил маркетинг мениджър на няколко туристически обекта, сред които Екшън Аквапарк и Клубен хотел Аква Невис, хотелски комплекс Невис Ризорт, Парк хотел Одесос и хотел Радинас Уей. Този дългогодишен практически опит в морския и планинския туризъм е особено важен, тъй като дисертацията изследва именно туристически обекти в България, функциониращи в условия на несигурност и извънредни ситуации.

В професионалната си дейност докторантът е бил ангажиран с цялостно управление на маркетинга, бюджетиране, организация на маркетингови дейности, дигитален маркетинг, управление на уеб присъствие, работа с партньори, туроператори и рекламни канали. Тази експертиза му дава възможност да разглежда темата не само като теоретичен проблем, но и през призмата на реални управленски решения, маркетингови ограничения и практически трудности, възникващи при туристическите обекти в кризисна среда.

Считам, че съчетанието между академична подготовка, практически опит в туристическия сектор и актуална управленска дейност в областта на клиентското преживяване е важна предпоставка за качественото разработване на дисертационния труд. Докторантът притежава необходимата професионална и научна подготвеност за изследване на сложната връзка между конкурентоспособност, маркетингово управление, адаптивност и кризисна устойчивост в туризма.

2. Обща характеристика на дисертационния труд и актуалност на проблема

Представеният дисертационен труд е посветен на тема с висока научна и практическа значимост. Туризмът е сектор, в който конкурентоспособността се формира под въздействието на множество взаимосвързани фактори - природни, инфраструктурни, управленски, маркетингови, ценови, комуникационни, кадрови и институционални. В условията на несигурност и извънредни ситуации значението на тези фактори се променя, а способността на туристическите обекти да реагират навременно се превръща в ключово условие за тяхното оцеляване и развитие.

Актуалността на темата е безспорна. През последните години туристическият сектор беше поставен под въздействието на поредица от кризи - пандемията от COVID-19, последвалите ограничения върху движението на хора, войната между Русия и Украйна, нестабилността в региона на Близкия изток, инфлационният натиск, промененото потребителско поведение и растящата роля на дигиталните канали. Тези процеси показаха, че традиционните подходи за управление на туристически обекти не винаги са достатъчни и че е необходима по-висока степен на адаптивност, организационна гъвкавост и маркетингова готовност.

Темата има и специфична национална значимост. България разполага с разнообразни туристически ресурси, но конкурентоспособността на туристическите обекти често е ограничавана от сезонност, инфраструктурни дефицити, силна зависимост от посредници, ценова конкуренция и необходимост от по-системно управление на маркетинговите дейности. В този контекст изследването на факторите за конкурентоспособност на туристическите обекти в условията на извънредна ситуация е не само актуално, но и практически необходимо.

Дисертационният труд е разработен в обем от 178 стандартни страници основен текст и се състои от увод, три глави, заключение, използвана научна литература и информационни източници, както и приложения. В труда са включени 7 таблици, 62 фигури и 12 приложения, а използваните литературни и информационни източници са 149. Тази структура показва добър баланс между теоретична основа, емпирична работа и приложен резултат.

Първа глава е посветена на литературния обзор и разглежда конкурентоспособността в туризма, маркетинговите аспекти на конкурентоспособността, факторите и моделите за оценка на конкурентоспособността на туристически дестинации и туристически обекти, както и спецификата на туризма в условията на извънредни ситуации. Втора глава представя емпиричното изследване на факторите за конкурентоспособност на туристически обекти в България в условията на извънредна ситуация. Трета глава разработва специализирана пътна карта за управление на конкурентоспособността на туристически обекти в извънредни ситуации. Тази структура е логична, последователна и съответства на поставената цел.

Считам, че избраната тема се отличава с висока приложимост и с реална значимост за туристическия бизнес. Тя съчетава класически въпроси на маркетинга и конкурентоспособността с новата реалност на кризисното управление и адаптацията в условия на несигурност. Това прави дисертационния труд актуален, навременен и обществено полезен.

3. Обект, предмет, цел, задачи и теза на изследването

Обект на изследване са туристически обекти в България, като в дисертационния труд е въведено ясно ограничение: изследвани са хотели, хотелски комплекси и семейни хотели, основно с категория 3 и 4 звезди, разположени в морски и планински курорти. Това ограничение е методологически оправдано, защото позволява фокусиране върху конкретни организационни единици, в които туристическото преживяване се създава и управлява непосредствено.

Предмет на изследването са факторите за конкурентоспособност на туристическите обекти в България в условията на извънредна ситуация. Този предмет е формулиран достатъчно ясно и позволява провеждане на емпирично изследване, насочено както към гледната точка на бизнеса, така и към гледната точка на потребителите.

Основната теза на дисертацията е, че в условията на несигурност и извънредни ситуации значимостта на факторите за конкурентоспособност на туристическите обекти и тяхното използване от мениджърите на обектите се променят. Тезата е ясно заявена и съответства както на актуалността на изследвания проблем, така и на избрания методологически подход.

Целта на дисертационния труд е да бъдат изследвани факторите за конкурентоспособност на туристически обекти в условията на несигурност и извънредни ситуации и на тази основа да бъде разработен инструмент за управление на конкурентоспособността на туристическите обекти. Целта е амбициозна, но реалистична, защото обединява теоретичен анализ, емпирична проверка и приложна разработка.

За постигането на поставената цел са формулирани девет задачи, включващи проучване и типологизиране на факторите за конкурентоспособност на туристически дестинации и

обекти, класифициране на методите за оценка на конкурентоспособността, систематизиране на показатели, изследване на маркетинговите подходи и инструменти, анализ на въздействието на извънредни ситуации, идентифициране на нерешени проблеми, провеждане на анкетни карти и интервюта, международен сравнителен анализ и разработване на инструмент за управление на конкурентоспособността. Задачите са логически свързани и водят към изпълнение на основната цел.

В дисертационния труд са формулирани седем изследователски хипотези, които проверяват промяната в значението на факторите за конкурентоспособност, нарастващата роля на комуникационната политика, намаляването на значението на посредниците и засилването на директните канали, промените в продуктовото портфолио, използването на различни маркетингови подходи, ролята на ценовото предимство и различията във вижданията на служителите според позицията и професионалния им опит. Тези хипотези дават достатъчно добра аналитична рамка за провеждане на емпиричното изследване.

4. Методология на изследването

Методологията на дисертационния труд е адекватна на поставените цел и задачи. Авторът използва кабинетно проучване, литературен анализ, метод на интервюта, анкетиране, дескриптивна статистика, сравнителен анализ и международен сравнителен анализ на туристически дестинации. Тази комбинация от методи позволява да се постигне баланс между теоретична обоснованост, емпирична проверка и приложна интерпретация.

Кабинетното проучване е използвано за изграждане на литературния обзор и за систематизиране на основните понятия, фактори, модели и метрики за оценка на конкурентоспособността в туризма. Авторът разглежда конкурентоспособността както на равнище туристическа дестинация, така и на равнище туристически обект, което е методологически оправдано, тъй като туристическият обект функционира като част от по-широката система на дестинацията.

Емпиричното изследване е реализирано чрез предварително качествено проучване, анкетно проучване сред мениджъри и служители на туристически обекти, както и анкетно проучване сред потребители - гости на хотели. Предварителното качествено проучване е изпълнило важна методологична функция: да подпомогне конструирането на въпросниците и да осигури по-висока съдържателна релевантност на последващите количествени инструменти.

Анкетното проучване сред мениджъри и служители на туристически обекти включва 218 респонденти. Изследвани са хотели, семейни хотели и хотелски комплекси, основно в морския и планинския туризъм. Въпросите са насочени към два времеви периода - преди пандемията от COVID-19 и в условията на пандемията. Това позволява да се проследят промени в значението на факторите за конкурентоспособност и в използваните маркетингови подходи.

Допълнително е проведено анкетно проучване сред 123 гости на хотели. То не е представено като основно и представително, а като подпомагащо изследване, което позволява

съпоставка между гледната точка на мениджърите и служителите и очакванията и възприятията на потребителите. Тази допълваща перспектива е полезна, защото конкурентоспособността на туристическия обект не може да бъде оценявана само от страна на доставчиците на услугата, без да се отчита и клиентското преживяване.

Получените резултати са обработени чрез SPSS и MS Excel. Използвани са сравнителен метод, дескриптивна статистика, осредняване и окрупняване на променливи, непараметричен дисперсионен анализ, проверка на статистически хипотези и крос-таблици. Прилагането на тези инструменти показва стремеж към аналитична дисциплина и към извличане на емпирично обосновани изводи.

Отделно следва да се отбележи международният сравнителен анализ между България, Турция, Хърватия, Гърция и Испания чрез Индекса за развитието на пътуванията и туризма. Този елемент разширява изследването отвъд микроравнището на туристическия обект и позволява резултатите да бъдат поставени в по-широк конкурентен контекст.

Като цяло използваната методология е добре подбрана, съответства на характера на изследвания проблем и позволява постигане на поставените задачи. Комбинацията между бизнес гледна точка, потребителска гледна точка и международна сравнителна перспектива повишава аналитичната стойност на дисертацията.

5. Оценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Структурата на дисертационния труд е логична и последователна. Изложението преминава от общотеоретичен анализ към емпирично изследване и завършва с разработване на практически инструмент. Това е правилен подход за дисертация с ясно заявена научно-приложна ориентация.

В първа глава авторът разглежда основните понятия, свързани с конкурентоспособността в туризма, маркетинговия аспект на конкурентоспособността, маркетинговия микс в туризма, дигиталния маркетинг, брандинга, storytelling подхода, маркетинговите практики преди, по време и след пандемията, както и различни модели за оценка на конкурентоспособността. Тази глава изпълнява функцията на солидна теоретична рамка, върху която е изградено емпиричното изследване.

Особено положително впечатление прави фактът, че авторът не се ограничава до туристическия обект като изолирана единица, а разглежда и конкурентоспособността на туристическата дестинация. Това е важно, защото туристическият обект функционира в среда, в която голяма част от конкурентните фактори са извън неговия пряк контрол - транспортна достъпност, инфраструктура, имидж на дестинацията, безопасност, институционална подкрепа и макроикономическа среда.

Втора глава е централна за емпиричната стойност на дисертацията. В нея са представени методологическата рамка, резултатите от изследването, оценката на факторите за конкурентоспособност, промяната на маркетинговите подходи, поведението на туристическите обекти при COVID-19, оценките на туристическия продукт и международният

сравнителен анализ. Главата показва стремеж да се свържат теоретичните постановки с реални данни от практиката.

Трета глава има ясно изразен приложен характер. Разработената специализирана пътна карта за управление на конкурентоспособността на туристическите обекти в извънредни ситуации представлява практически инструмент, насочен към подпомагане на мениджърите при вземане на решения в кризисна среда. Представени са варианти на пътната карта - „Кризисен режим“, „Планирана адаптация“ и „Преход към стабилност“, както и апробация на инструмента. Това е най-силно изразеният научно-приложен резултат на дисертацията.

Заклучението обобщава основните резултати и насочва вниманието към бъдещи изследвания, свързани с използването на нови технологии в туризма, влиянието на глобални събития, ефективността на маркетинговите стратегии и антикризисното управление в туризма. Така трудът не затваря темата, а я поставя в перспектива за бъдещо развитие.

6. Оценка на научните и научно-приложните резултати

Дисертационният труд съдържа съществени научни и научно-приложни резултати. На теоретично равнище авторът систематизира и анализира факторите за конкурентоспособност на туристическите дестинации и туристическите обекти, разглежда методите и метриките за тяхната оценка и поставя акцент върху маркетинговите инструменти като фактор за конкурентоспособност. Това е важно, защото в съвременния туризъм конкурентното предимство все по-често се формира не само от ресурсите, но и от начина, по който те се комуникират, управляват и превръщат в преживяване.

Емпиричните резултати показват, че в условията на несигурност и извънредни ситуации факторите за конкурентоспособност променят своето значение. В кризисна среда се засилва ролята на адаптивността, комуникацията, директните канали, ценовата гъвкавост, дигиталното присъствие, управлението на партньорствата и способността за бърза реакция. Това потвърждава основната теза на изследването.

Положителна оценка заслужава анализът на промените в маркетинговите подходи. Дисертацията показва, че в условията на пандемична и постпандемична среда туристическите обекти са били принудени да преосмислят своите комуникации, дистрибуционни канали, ценови стратегии и продуктови решения. Особено важен е изводът, че ролята на директните и дигиталните канали нараства, докато зависимостта от посредници се променя според конкретните условия.

Съществен резултат е и потвърждаването на значението на ценовата достъпност като устойчиво конкурентно предимство на туристическите обекти и на България като туристическа дестинация. В същото време дисертацията не свежда конкурентоспособността само до цена, а поставя акцент върху съчетанието между цена, качество, обслужване, природни дадености, комуникация, безопасност и адаптивност.

Разработването на специализираната пътна карта за управление на конкурентоспособността в условията на извънредни ситуации е особено ценен научно-приложен резултат. Инструментът има потенциал да подпомага туристическите обекти при

структуриране на управленските действия в различни фази на криза - непосредствена реакция, планирана адаптация и преход към стабилност. Тази разработка е практически ориентирана и съответства на реалните потребности на туристическия бизнес.

Апробацията на пътните карти е допълнителен положителен елемент, тъй като показва стремеж инструментът да не остане само концептуална конструкция, а да бъде проверен от гледна точка на практичност, структурна яснота, приложимост и ограничения. Точно тук дисертацията прави важна крачка от описание на проблемите към предлагане на управленско решение.

7. Оценка на научните и научно-приложните приноси

Приемам, че в дисертационния труд са налице реални научни и научно-приложни приноси. Те могат да бъдат оценени в няколко основни направления.

Първо, систематизирани са предходни изследвания относно факторите за конкурентоспособност на туристическите дестинации и туристическите обекти. Този принос има теоретичен характер, тъй като подрежда и критично представя научното поле, върху което се основава последващата емпирична работа.

Второ, разработена е методика за изследване на факторите за конкурентоспособност на туристическите обекти в България, включително въпросници и анкетни карти. Това е важен методически принос, защото предоставя инструментариум за последващи изследвания в сходни контексти.

Трето, проведено е емпирично изследване, което обхваща гледната точка на мениджъри и служители в туристически обекти, както и подпомагаща гледна точка на гостите на хотели. Тази двустранна перспектива позволява по-балансирана оценка на факторите за конкурентоспособност.

Четвърто, извършен е международен сравнителен анализ между България и конкурентни туристически дестинации, което позволява резултатите от изследването да бъдат разгледани не само на равнище туристически обект, но и в контекста на конкурентоспособността на дестинацията.

Пето, разработена е специализирана пътна карта като практически инструмент за управление на туристически обекти в условия на несигурност и извънредни ситуации. Този принос е най-видимият приложен резултат от дисертацията и има потенциал за реално използване от мениджъри в туристическия сектор.

Шесто, дисертацията допринася за по-доброто разбиране на ролята на маркетинговите инструменти, комуникационната политика, директните канали и ценовата гъвкавост като елементи на конкурентоспособността при криза. Това е принос в полето на маркетинга в туризма и на антикризисното управление.

8. Оценка на публикациите по дисертацията

Представените публикации по темата на дисертационния труд са релевантни към изследваната проблематика. Те обхващат теми като сравнителен анализ на крайбрежни

туристически райони, туризъм в условията на пандемия, конкурентоспособност на туристически дестинации и дигитален маркетинг като средство за повишаване на конкурентоспособността на туристическите обекти в условията на COVID-19.

Публикационната активност показва последователност в научния интерес на докторанта и тематична свързаност с дисертационния труд. Тя също така свидетелства, че основни части от изследователската проблематика са били представени пред научната общност. Това е положителен белег за академичното развитие на докторанта.

9. Оценка на автореферата

Авторефератът отразява адекватно основното съдържание на дисертационния труд. В него са представени актуалността и значимостта на темата, обектът и предметът на изследването, целта и задачите, използваните методи, структурата и съдържанието на труда, основните резултати, научните приноси и публикациите по темата.

Авторефератът е достатъчно информативен и позволява на читателя да формира ясна представа за логиката на дисертацията, за емпиричния подход и за приложната стойност на разработената специализирана пътна карта. Считам, че авторефератът изпълнява своето предназначение и коректно представя дисертационния труд.

10. Критични бележки, препоръки и въпроси

Дисертационният труд има безспорни достойнства, но академичната прецизност изисква да бъдат отбелязани и някои препоръки, които не намаляват общата положителна оценка, а очертават възможности за бъдещо развитие на изследването.

Първо, изследването е фокусирано основно върху хотели, хотелски комплекси и семейни хотели в морски и планински курорти. Това ограничение е разбираемо и методологически оправдано, но би било полезно в бъдещи изследвания да се включат и други типове туристически обекти - атракциони, заведения, културни обекти, СПА центрове, къмпинги, ресторанти и други елементи от туристическата екосистема.

Второ, проучването сред потребителите има подпомагаш, а не представителен характер. В бъдеще би било полезно да се проведе по-машабно и представително изследване сред туристи, което да даде по-задълбочен поглед върху възприеманата конкурентоспособност от страна на потребителите.

Трето, препоръчвам в бъдещи разработки да се задълбочи връзката между конкурентоспособността и финансовите показатели на туристическите обекти, включително приходи, заетост, средна цена, разходна структура, зависимост от посредници и рентабилност при различни кризисни сценарии.

Към докторанта бих поставил следните въпроси: Как следва да бъде адаптирана специализираната пътна карта за туристически обекти с различен мащаб - например семеен хотел, голям морски комплекс и градски бизнес хотел? Кои от факторите за конкурентоспособност според автора ще имат най-висока тежест при бъдеща криза, различна от пандемия, например геополитическа, енергийна или климатична?

11. Заключение

Дисертационният труд на Христомир Иванов Куцаров на тема „Конкурентоспособност на туристическите обекти в България в условията на несигурност и извънредни ситуации“ представлява самостоятелно, завършено и актуално научно изследване в областта на маркетинга. Трудът се отличава с ясно формулиран изследователски проблем, логична структура, добра теоретична основа, адекватна методология, емпирична аргументация и отчетлива приложна стойност.

Авторът демонстрира способност да анализира сложни процеси в туристическия сектор, да използва подходящи методи за събиране и обработка на данни и да формулира практически ориентиран инструмент за управление на конкурентоспособността при извънредни ситуации. Особено ценно е, че дисертацията е изградена върху реален професионален опит и върху емпирични данни, събрани в период на действителна криза за туристическия сектор.

Считам, че поставената цел е постигната, задачите са изпълнени, основната теза е аргументирана, а приносите имат както научен, така и научно-приложен характер. Представеният дисертационен труд отговаря на изискванията за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“.

На основание на гореизложеното давам положителна оценка на дисертационния труд и препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди на Христомир Иванов Куцаров образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“.

Бих гласувал убедено с „Да“.

04.05.2026 г.

София

Рецензент:

/ проф. д-р Христо Катранджиев/

STATEMENT

By: Professor HRISTO KATRANJIEV, Ph.D., University of National and World Economy (UNWE), Head of Department "Marketing and Strategic Planning", Sofia, Bulgaria

Subject: dissertation thesis for the award of the educational and scientific degree "Doctor" in the scientific specialty "Marketing"

Author of the dissertation thesis: Hristomir Ivanov Kutsarov

Title of the dissertation thesis: "Competitiveness of Tourist Sites in Bulgaria in Conditions of Uncertainty and Emergency Situations"

Scientific supervisor: Assoc. Prof. Yovka Petkova Bankova, Ph.D.

1. Presentation of the doctoral candidate

The materials submitted for review show that the doctoral candidate Hristomir Ivanov Kutsarov is a specialist with consistent academic training and considerable practical experience in tourism, marketing, management of tourist sites and customer experience. He was born on 08.08.1989 and is a Bulgarian citizen. His professional and educational development outlines a clear profile of a candidate who combines managerial practice, marketing competence and research interest in the competitiveness of tourist sites.

The doctoral candidate's educational background was built at the University of National and World Economy. He holds a Bachelor's degree in Business Administration, a Master's degree in Business Administration and a Master's degree in Marketing. Since 2019, he has been a doctoral candidate at the Department of Marketing and Strategic Planning at UNWE. This academic continuity fully corresponds to the subject of the submitted dissertation thesis and provides the necessary theoretical basis for studying the marketing and managerial aspects of competitiveness in tourism.

The professional biography of Hristomir Kutsarov is directly related to the subject field of the dissertation. Since the beginning of 2026, he has held the position of Head of Department "Terminal Operations Management and Customer Experience" at Vasil Levski Sofia Airport. Within this position, he is responsible for managing the activities of the department's employees, for the strategy aimed at achieving higher levels of accreditation in passenger experience, as well as for strategic projects focused on the development of airport infrastructure and the quality of customer service. This experience is substantially related to the issue of competitiveness, since the airport environment is a key element of the tourism ecosystem and of the perception of the destination.

In the period 2023 - 2025, the doctoral candidate worked as Product Manager "Terminals" at Vasil Levski Sofia Airport, where he participated in projects for improving passenger experience, the infrastructure of terminal buildings and the strategic development of the airport. Previously, in the period 2014 - 2023, he was Marketing Manager of several tourist sites, including Action Aquapark and Club Hotel Aqua Nevis, Nevis Resort Hotel Complex, Odessos Park Hotel and Radina's Way Hotel. This long-standing practical experience in seaside and mountain tourism is particularly

important, because the dissertation examines precisely tourist sites in Bulgaria functioning in conditions of uncertainty and emergency situations.

In his professional activity, the doctoral candidate has been engaged in the overall management of marketing, budgeting, organisation of marketing activities, digital marketing, management of web presence, work with partners, tour operators and advertising channels. This expertise enables him to examine the topic not only as a theoretical problem, but also through the prism of real managerial decisions, marketing constraints and practical difficulties faced by tourist sites in a crisis environment.

I consider that the combination of academic training, practical experience in the tourism sector and current managerial activity in the field of customer experience is an important prerequisite for the high-quality development of the dissertation thesis. The doctoral candidate possesses the necessary professional and scientific preparedness to study the complex relationship between competitiveness, marketing management, adaptability and crisis resilience in tourism.

2. General characteristics of the dissertation thesis and relevance of the problem

The submitted dissertation thesis is devoted to a topic of high scientific and practical significance. Tourism is a sector in which competitiveness is formed under the influence of many interrelated factors - natural, infrastructural, managerial, marketing, price-related, communication-related, human-resource and institutional. In conditions of uncertainty and emergency situations, the importance of these factors changes, while the ability of tourist sites to respond in a timely manner becomes a key condition for their survival and development.

The relevance of the topic is indisputable. In recent years, the tourism sector has been affected by a series of crises - the COVID-19 pandemic, the subsequent restrictions on the movement of people, the war between Russia and Ukraine, instability in the Middle East, inflationary pressure, changed consumer behaviour and the growing role of digital channels. These processes have shown that traditional approaches to managing tourist sites are not always sufficient and that a higher degree of adaptability, organisational flexibility and marketing readiness is needed.

The topic also has specific national significance. Bulgaria has diverse tourism resources, but the competitiveness of tourist sites is often limited by seasonality, infrastructural deficits, strong dependence on intermediaries, price competition and the need for more systematic management of marketing activities. In this context, the study of the factors determining the competitiveness of tourist sites in conditions of emergency is not only relevant, but also practically necessary.

The dissertation thesis is developed in a volume of 178 standard pages of main text and consists of an introduction, three chapters, a conclusion, scientific literature and information sources used, as well as appendices. The thesis includes 7 tables, 62 figures and 12 appendices, and the literary and information sources used are 149. This structure shows a good balance between theoretical foundation, empirical work and applied result.

The first chapter is devoted to the literature review and examines competitiveness in tourism, the marketing aspects of competitiveness, factors and models for assessing the competitiveness of tourist destinations and tourist sites, as well as the specifics of tourism in conditions of emergency situations. The second chapter presents the empirical study of the factors determining the

competitiveness of tourist sites in Bulgaria in conditions of emergency. The third chapter develops a specialised roadmap for managing the competitiveness of tourist sites in emergency situations. This structure is logical, consistent and corresponds to the stated objective.

I consider that the chosen topic is distinguished by high applicability and real significance for the tourism business. It combines classical questions of marketing and competitiveness with the new reality of crisis management and adaptation in conditions of uncertainty. This makes the dissertation thesis relevant, timely and socially useful.

3. Object, subject, objective, tasks and thesis of the research

The object of the research is tourist sites in Bulgaria, with a clear limitation introduced in the dissertation thesis: the study covers hotels, hotel complexes and family hotels, mainly in the 3- and 4-star categories, located in seaside and mountain resorts. This limitation is methodologically justified, because it allows focus on specific organisational units in which the tourist experience is created and managed directly.

The subject of the research is the factors determining the competitiveness of tourist sites in Bulgaria in conditions of emergency. This subject is formulated with sufficient clarity and allows the conducting of empirical research aimed both at the business perspective and at the consumer perspective.

The main thesis of the dissertation is that, in conditions of uncertainty and emergency situations, the importance of the competitiveness factors of tourist sites and their use by site managers change. The thesis is clearly stated and corresponds both to the relevance of the research problem and to the chosen methodological approach.

The objective of the dissertation thesis is to study the factors determining the competitiveness of tourist sites in conditions of uncertainty and emergency situations and, on this basis, to develop an instrument for managing the competitiveness of tourist sites. The objective is ambitious but realistic, because it combines theoretical analysis, empirical verification and applied development.

To achieve the stated objective, nine tasks have been formulated, including: studying and typologising the main factors influencing the competitiveness of tourist destinations and tourist sites; classifying the methods used so far for assessing competitiveness; systematising indicators; examining the marketing approaches and instruments used by tourist sites; analysing the impact of emergency situations; identifying unresolved problems; conducting questionnaires and interviews; carrying out an international comparative analysis; and developing an instrument for managing competitiveness. The tasks are logically connected and lead to the fulfilment of the main objective.

The dissertation thesis formulates seven research hypotheses that test the change in the importance of competitiveness factors, the growing role of communication policy, the decreasing importance of intermediaries and the strengthening of direct channels, changes in the product portfolio, the use of different marketing approaches, the role of price advantage and the differences in employees' views depending on position and professional experience. These hypotheses provide a sufficiently good analytical framework for conducting the empirical research.

4. Research methodology

The methodology of the dissertation thesis is adequate to the stated objective and tasks. The author uses desk research, literature analysis, the interview method, survey research, descriptive statistics, comparative analysis and international comparative analysis of tourist destinations. This combination of methods allows a balance to be achieved between theoretical justification, empirical verification and applied interpretation.

Desk research is used to build the literature review and to systematise the main concepts, factors, models and metrics for assessing competitiveness in tourism. The author examines competitiveness both at the level of the tourist destination and at the level of the tourist site, which is methodologically justified, since the tourist site functions as part of the broader destination system.

The empirical research is carried out through a preliminary qualitative study, a survey among managers and employees of tourist sites, and a survey among consumers - hotel guests. The preliminary qualitative study performed an important methodological function: to support the construction of the questionnaires and to ensure higher substantive relevance of the subsequent quantitative instruments.

The survey among managers and employees of tourist sites includes 218 respondents. The study covers hotels, family hotels and hotel complexes, mainly in seaside and mountain tourism. The questions are directed at two time periods - before the COVID-19 pandemic and in the conditions of the pandemic. This makes it possible to trace changes in the importance of competitiveness factors and in the marketing approaches used.

In addition, a survey was conducted among 123 hotel guests. It is not presented as a primary and representative survey, but as a supporting study that allows comparison between the viewpoint of managers and employees and the expectations and perceptions of consumers. This supplementary perspective is useful because the competitiveness of a tourist site cannot be assessed only from the side of the service providers, without also taking into account customer experience.

The obtained results were processed using SPSS and MS Excel. The author uses the comparative method, descriptive statistics, averaging and aggregation of variables, non-parametric analysis of variance, testing of statistical hypotheses and cross-tabulations. The application of these instruments shows an effort towards analytical discipline and towards the extraction of empirically grounded conclusions.

The international comparative analysis between Bulgaria, Turkey, Croatia, Greece and Spain through the Travel and Tourism Development Index should also be highlighted separately. This element expands the study beyond the micro-level of the tourist site and allows the results to be placed in a broader competitive context.

Overall, the methodology used is well selected, corresponds to the nature of the research problem and makes it possible to achieve the stated tasks. The combination of the business perspective, the consumer perspective and the international comparative perspective increases the analytical value of the dissertation.

5. Evaluation of the structure and content of the dissertation thesis

The structure of the dissertation thesis is logical and consistent. The exposition moves from general theoretical analysis to empirical research and ends with the development of a practical instrument. This is the correct approach for a dissertation with a clearly stated scientific and applied orientation.

In the first chapter, the author examines the main concepts related to competitiveness in tourism, the marketing aspect of competitiveness, the marketing mix in tourism, digital marketing, branding, the storytelling approach, marketing practices before, during and after the pandemic, as well as various models for assessing competitiveness. This chapter performs the function of a solid theoretical framework on which the empirical research is built.

A particularly positive impression is created by the fact that the author does not limit himself to the tourist site as an isolated unit, but also examines the competitiveness of the tourist destination. This is important because the tourist site functions in an environment in which many of the competitive factors are beyond its direct control - transport accessibility, infrastructure, destination image, safety, institutional support and macroeconomic environment.

The second chapter is central to the empirical value of the dissertation. It presents the methodological framework, the research results, the assessment of competitiveness factors, the change in marketing approaches, the behaviour of tourist sites during COVID-19, the evaluations of the tourism product and the international comparative analysis. The chapter shows an effort to connect theoretical propositions with real data from practice.

The third chapter has a clearly expressed applied character. The developed specialised roadmap for managing the competitiveness of tourist sites in emergency situations is a practical instrument aimed at supporting managers in decision-making in a crisis environment. Variants of the roadmap are presented - "Crisis Mode", "Planned Adaptation" and "Transition to Stability" - as well as an approbation of the instrument. This is the most clearly expressed scientific and applied result of the dissertation.

The conclusion summarises the main results and directs attention to future research related to the use of new technologies in tourism, the impact of global events, the effectiveness of marketing strategies and crisis management in tourism. Thus, the thesis does not close the topic, but places it in a perspective for future development.

6. Evaluation of the scientific and scientific-applied results

The dissertation thesis contains substantial scientific and scientific-applied results. At the theoretical level, the author systematises and analyses the factors determining the competitiveness of tourist destinations and tourist sites, examines the methods and metrics for their assessment and places emphasis on marketing instruments as a factor of competitiveness. This is important because, in contemporary tourism, competitive advantage is increasingly formed not only by resources, but also by the way in which they are communicated, managed and transformed into experience.

The empirical results show that, in conditions of uncertainty and emergency situations, competitiveness factors change their importance. In a crisis environment, the role of adaptability,

communication, direct channels, price flexibility, digital presence, partnership management and the ability to react quickly increases. This confirms the main thesis of the research.

The analysis of changes in marketing approaches deserves a positive assessment. The dissertation shows that, in a pandemic and post-pandemic environment, tourist sites were forced to rethink their communications, distribution channels, pricing strategies and product decisions. Particularly important is the conclusion that the role of direct and digital channels is growing, while dependence on intermediaries changes according to the specific conditions.

A significant result is also the confirmation of the importance of price affordability as a sustainable competitive advantage of tourist sites and of Bulgaria as a tourist destination. At the same time, the dissertation does not reduce competitiveness only to price, but places emphasis on the combination of price, quality, service, natural resources, communication, safety and adaptability.

The development of the specialised roadmap for managing competitiveness in conditions of emergency situations is a particularly valuable scientific-applied result. The instrument has the potential to support tourist sites in structuring managerial actions in different phases of a crisis - immediate response, planned adaptation and transition to stability. This development is practically oriented and corresponds to the real needs of the tourism business.

The approbation of the roadmaps is an additional positive element, because it shows an effort for the instrument not to remain only a conceptual construction, but to be tested in terms of practicality, structural clarity, applicability and limitations. Precisely here the dissertation takes an important step from describing problems to proposing a managerial solution.

7. Evaluation of the scientific and scientific-applied contributions

I accept that the dissertation thesis contains real scientific and scientific-applied contributions. They can be assessed in several main directions.

First, previous studies on the factors determining the competitiveness of tourist destinations and tourist sites have been systematised. This contribution is theoretical in nature, since it organises and critically presents the scientific field on which the subsequent empirical work is based.

Second, a methodology has been developed for studying the factors determining the competitiveness of tourist sites in Bulgaria, including questionnaires and survey forms. This is an important methodological contribution because it provides instruments for subsequent studies in similar contexts.

Third, an empirical study has been conducted which covers the viewpoint of managers and employees in tourist sites, as well as the supporting viewpoint of hotel guests. This two-sided perspective allows a more balanced assessment of competitiveness factors.

Fourth, an international comparative analysis has been carried out between Bulgaria and competing tourist destinations, which allows the results of the study to be examined not only at the level of the tourist site, but also in the context of destination competitiveness.

Fifth, a specialised roadmap has been developed as a practical instrument for managing tourist sites in conditions of uncertainty and emergency situations. This contribution is the most visible applied result of the dissertation and has the potential for real use by managers in the tourism sector.

Sixth, the dissertation contributes to a better understanding of the role of marketing instruments, communication policy, direct channels and price flexibility as elements of competitiveness in a crisis. This is a contribution to the field of tourism marketing and crisis management.

8. Evaluation of the publications related to the dissertation

The publications submitted on the topic of the dissertation thesis are relevant to the researched problem. They cover topics such as comparative analysis of coastal tourist regions, tourism in pandemic conditions, competitiveness of tourist destinations and digital marketing as a means of increasing the competitiveness of tourist sites in the conditions of COVID-19.

The publication activity shows consistency in the doctoral candidate's scientific interest and thematic connection with the dissertation thesis. It also indicates that main parts of the research problem have been presented to the scientific community. This is a positive sign for the academic development of the doctoral candidate.

9. Evaluation of the dissertation abstract

The dissertation abstract adequately reflects the main content of the dissertation thesis. It presents the relevance and significance of the topic, the object and subject of the research, the objective and tasks, the methods used, the structure and content of the thesis, the main results, the scientific contributions and the publications related to the topic.

The abstract is sufficiently informative and enables the reader to form a clear understanding of the logic of the dissertation, the empirical approach and the applied value of the developed specialised roadmap. I consider that the dissertation abstract fulfils its purpose and correctly presents the dissertation thesis.

10. Critical remarks, recommendations and questions

The dissertation thesis has indisputable merits, but academic precision requires that some recommendations be noted. These do not reduce the overall positive assessment, but outline opportunities for the future development of the research.

First, the study is focused mainly on hotels, hotel complexes and family hotels in seaside and mountain resorts. This limitation is understandable and methodologically justified, but in future research it would be useful to include other types of tourist sites as well - attractions, catering establishments, cultural sites, SPA centres, campsites, restaurants and other elements of the tourism ecosystem.

Second, the consumer survey has a supporting rather than representative character. In the future, it would be useful to conduct a larger-scale and representative study among tourists, which would provide a deeper insight into perceived competitiveness from the consumer perspective.

Third, I recommend that future studies deepen the relationship between competitiveness and the financial indicators of tourist sites, including revenues, occupancy, average price, cost structure, dependence on intermediaries and profitability under different crisis scenarios.

I would address the following questions to the doctoral candidate: How should the specialised roadmap be adapted for tourist sites of different scale - for example, a family hotel, a large seaside complex and an urban business hotel? Which competitiveness factors, in the author's opinion, will have the greatest weight in a future crisis different from a pandemic, for example a geopolitical, energy-related or climate crisis?

11. Conclusion

The dissertation thesis of Hristomir Ivanov Kutsarov on the topic "Competitiveness of Tourist Sites in Bulgaria in Conditions of Uncertainty and Emergency Situations" represents an independent, completed and relevant scientific study in the field of marketing. The thesis is distinguished by a clearly formulated research problem, logical structure, sound theoretical foundation, adequate methodology, empirical argumentation and clear applied value.

The author demonstrates the ability to analyse complex processes in the tourism sector, to use appropriate methods for collecting and processing data and to formulate a practically oriented instrument for managing competitiveness in emergency situations. It is particularly valuable that the dissertation is built upon real professional experience and empirical data collected during a period of actual crisis for the tourism sector.

I consider that the stated objective has been achieved, the tasks have been fulfilled, the main thesis has been argued, and the contributions have both scientific and scientific-applied character. The submitted dissertation thesis meets the requirements for the award of the educational and scientific degree "Doctor" in the scientific specialty "Marketing".

On the basis of the above, I give a positive assessment of the dissertation thesis and recommend that the respected scientific jury award Hristomir Ivanov Kutsarov the educational and scientific degree "Doctor" in the scientific specialty "Marketing".

I would vote confidently in favour.

04.05.2026

Sofia

Author:

/Prof. dr. HRISTO KATRANDEJIEV, Ph.D./