



## **РЕЦЕНЗИЯ**

От: **проф. д-р Марияна Върбанова Божинова**  
*Стопанска академия „Д. А. Ценов” - Свищов*  
*Научна специалност Икономика и управление*

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

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед №1314/20.05.2026 г. на зам.-ректора по НИД на УНСС.

Автор на дисертационния труд: **Ангел Тодоров Стойков**  
Тема на дисертационния труд: **„Дигитализация на комуникационната политика в туризма и свободното време“**

### **1. Информация за дисертанта**

Докторант Ангел Тодоров Стойков се е обучавал по докторска програма към катедра „Икономика на туризма” при факултет „Икономика на инфраструктурата“ в УНСС по научна специалност Икономика и управление (туризъм), съгласно Заповед на Ректора на УНСС №715/12.03.2021 г. Обучението е осъществено първоначално в редовна форма, след което тя е трансформирана в задочна, съгласно Заповед №238/29.01.2025 г. на Зам.-ректора по НИД на УНСС, със срок на докторантурата до 02.03.2026 г. Със Заповед на Ректора на УНСС №1301/20.05.2026 г. Ангел Стойков е отчислен от докторантура с право на защита на дисертационен труд, поради положително решение на обучаващата катедра за готовността за защита на дисертацията пред научно жури.

Висшето си образование докторантът е завършил в УНСС - София през 2018 г., специалност „Икономика на туризма“, ОКС „бакалавър“, през 2019 г. се дипломира в ОКС „магистър“, магистърска програма

„Международен туризъм“, а през 2022 г. придобива и магистърска степен по „Мениджмънт на недвижимата собственост“ в същия университет.

По време на обучението си Ангел Стойков е заемал ръководни изборни длъжности, а именно: председател на Студентски съвет при УНСС (февруари 2019-юни 2023 г.), съветник по социално-битови въпроси при Националното представителство на студентските съвети (НПСС) в Р България (юни 2023-януари 2024 г.), а от февруари 2024 г. и понастоящем е председател на НПСС. Това е доказателство за неговите лидерски качества и доверието към него.

## **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

Дисертацията представлява стройно, логическо и задълбочено изследване, което се състои от 240 страници основен текст, сполучливо подкрепени с графичен, табличен и обработен по подходящ начин емпиричен материал.

Структурата на дисертационния труд е *класическа и сравнително балансирана*, съставена от увод, три глави, заключение, списък на използваната литература и 1 приложение. Разработката е нагледно илюстрирана посредством 7 таблици и 44 фигури.

Преценката ми, като рецензент, е, че *темата* на дисертационния труд се отличава с актуалност, практическа значимост и дисертабилност. Актуалността на изследването на дигитализацията на комуникационната политика в туризма и свободното време произтича от дълбоките трансформации, които протичат в съвременната икономика, вкл. в туристическия сектор, под въздействието на дигиталните технологии. Променят се и комуникационните процеси в туризма, като постепенно традиционният маркетинг се заменя от дигитални комуникационни модели, в съответствие и с променените потребителски предпочитания. По мое мнение, в специализираната научна литература почти липсват мащабни научно-приложни изследвания по тази конкретна проблематика. Актуалността на темата е добре представена в увода на дисертацията.

*Целта* на дисертационния труд е „да се анализира и оцени комуникационната политика на туристическите предприятия и дестинации в условията на дигиталната трансформация чрез изследване на нейното въздействие върху поведението, възприятията и туристическите преживяване на поколение Z, с оглед разработване на модел за усъвършенстването ѝ.“ За постигане на целта са дефинирани 6 изследователски *задачи*, които кореспондират с поставената цел на изследването.

*Обект* на изследване са туристическите предприятия, разглеждани като елементи от съвременната дигитална туристическа екосистема, която в комуникацията се осъществява в многоканална динамична среда.

*Предмет* на изследване е комуникационната политика на туристическите предприятия в туристически район „София“, в условията на дигитална трансформация и нейното въздействие върху поведението и възприятията на поколение Z.

Основната *теза* на научния труд се основава на твърдението, че дигитализацията на комуникационните инструменти и политики на туристическите предприятия в район София оказва съществено, но двупосочно въздействие върху поколение Z - от една страна, повишава ангажираността, информираността и привлекателността на дестинацията, а от друга, създава рискове, свързани с информационно пренасищане, недоверие към дигиталното съдържание и отслабване на автентичното туристическо преживяване.

В дисертационния труд тезата е подкрепена и с три хипотези.

Считам, че целта, задачите и изследователска теза на разработката са добре формулирани, а обектът и предметът са ясно очертани.

В дисертационния си труд авторът демонстрира умения за умело боравене с научни понятия и придържане към научен стил на изложението.

Правилно са маркирани основните *ограничителни условия* на изследването.

Използваната *литература* е поместена в списък от 176 заглавия (60 - на кирилица и 116 - на латиница), който свидетелства за задълбочената осведоменост на докторанта относно изследванията на конкретния разискван проблем от български и предимно от чужди автори. Литературните източници са анализирани и обобщени по необходимия за дисертационно изследване начин.

### **3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

Структурирането и съдържанието на изследването е логично и последователно.

Дисертационният труд съдържа теоретични, методологически и приложни аспекти, позиционирани в отделни глави на разработката.

*Първа глава* /с. 7-71/ е с теоретичен и постановъчен характер, което е правилно. Тя е основа за направеното изследване в следващите глави на дисертацията. Тази глава е структурирана от три параграфа, в които последователно се изясняват: теоретичните основи и концепции на маркетинга в контекста на туризма и свободното време, като се

анализират етапите на развитието му - от Маркетинг 1.0 до Маркетинг 5.0 и 6.0, при които водеща роля имат технологиите и променящото се потребителско поведение; маркетинговата комуникационна политика в туризма, разглеждана като стратегически инструмент за намаляване на информационната асиметрия, изграждане на доверие и създаване на конкурентни предимства в туристическия сектор; дигитализацията в туризма, интерпретирана като многопластов процес, който обхваща вътрешните организационни дейности и външните комуникационни взаимодействия с потребителите. В тази глава специално бих открийла направения критичен анализ на становищата на редица български и чуждестранни учени за същността и особеностите на маркетинговите концепции и свободното време, на чиято база е разкрита и аргументирана взаимовръзката между свободното време, туристическото поведение и дигиталните маркетингови комуникации.

*Втора глава* /с. 72-132/ е посветена на националната и регионална политика и маркетинговите решения, свързани с тези политики. Тя се състои от три параграфа. В първия параграф е разгледана националната политика и маркетинговите решения. Втори параграф е фокусиран върху регионалната туристическа политика и дейностите на организациите за управление на туристическите райони, като е открийена ролята им в разработването и прилагането на комуникационни стратегии. Последният параграф анализира ролята на дигитализацията на комуникационната политика на национално и регионално равнище.

*Трета глава* /с. 133-222/, съставена от три параграфа, има практико-приложен характер и е с най-голяма стойност. В нея в най-висока степен проличават изследователските умения на докторанта. В началото ѝ е изведена методологичната рамка на изследването. Тя е изградена върху седем критерия за комплексна оценка на комуникационните потребности на поколение Z. Представен е обхватът на емпиричното изследване, проведено чрез анкетно проучване сред 310 респонденти от поколение Z, с постоянен адрес в обхвата на туристически район „София“. Проучването е реализирано в периода 8.01-17.02.2026 г. чрез онлайн платформи и социални мрежи. Във втори параграф са представени теоретичните основи на концептуалния модел. Той интегрира еволюцията на маркетинговите концепции, поведението на поколение Z, дигитализацията на туристическата политика, жизнения цикъл на дестинациите и стратегическите аналитични инструменти в единна изследователска рамка. В трети параграф е извършен анализ на резултатите от проведеното емпирично проучване и е проектиран модел за усъвършенстване на комуникационната политика на туристическите предприятия с поколение

Z. Моделът включва основни етапи на внедряване и предлага практически насоки за неговото приложение в туристически район „София“.

Положителна констатация е, че всяка глава на дисертацията завършва с обобщения и изводи, които отразяват становището на докторанта по изследваните проблеми.

В дисертационния си труд докторантът демонстрира умения на изследовател, като акумулира, обобщава и анализира голямо количество информация, обработена с подходящи научни методи, въз основа на което той прави обосновани предложения.

При разработването на дисертационния труд е използван набор от научноизследователски *подходи и методи*, като: системен подход, исторически, индуктивен и дедуктивен методи, анализ и синтез, сравнителен анализ, контент анализ, анкетен метод и статистически методи. В увода на дисертацията докторантът е представил част от тях.

Достатъчно ясно и аргументирано докт. Ангел Стойков постига основната си изследователска цел и решава поставените изследователски задачи. По този начин той доказва и изследователската си теза.

В обобщение, налице е своеобразен изследователски подход, избран от докторанта, и успешно приложен за постигане на реални резултати при написването на дисертационния труд. Доказателства за наличието на тези резултати, освен в цялостната постройка на дисертацията, има обобщени и синтезирани в заключението.

#### **4. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Предложеният за оценка дисертационен труд притежава доказателства за научно-приложни резултати, представени като решения по изследваните проблеми. Изведените в автореферата научни и научно-приложни приноси отговарят на действителните приносни моменти в дисертацията и са лично дело на докторанта. Основните научни достойнства на дисертационния труд могат да се очертаят в следните насоки:

*Първо*, обогатени са теоретичните постановки за маркетинга и комуникационната политика в туризма, чрез обвързване на еволюцията на маркетинговите концепции (от Маркетинг 1.0 до Маркетинг 6.0) с процесите на дигитализация и трансформация на туристическите комуникации, и е разкрита и аргументирана взаимовръзката между свободното време, туристическото поведение и дигиталните маркетингови комуникации /научен принос/.

*Второ*, извършен е задълбочен анализ на националната и регионалната туристическа политика в България в контекста на

дигиталната трансформация, като са изведени специфичните характеристики, проблеми и възможности на комуникационната политика на туристическите дестинации и организации за управление на туристическите райони /научно-приложен принос/.

*Трето*, идентифицирани са основните тенденции и зависимости при дигитализацията на комуникационната политика в туризма, включително ролята на дигиталните платформи, социалните мрежи, изкуствения интелект и интерактивните технологии за формиране на потребителско поведение и туристическо преживяване /научно-приложен принос/.

*Четвърто*, въз основа на емпирично изследване сред представители на поколение Z в туристически район „София“, са установени ключовите фактори, влияещи върху избора и използването на дигитални комуникационни канали, както и върху доверието, удовлетвореността и намерението за повторно посещение на дестинацията /приложен принос/.

*Пето*, разработен е авторски модел за усъвършенстване на комуникационната политика на туристическите предприятия и дестинации чрез дигитални решения, основан на интеграция между съвременни маркетингови концепции, дигитални технологии и поведенчески характеристики на поколение Z /научно-приложен принос/.

## **5. Оценка на публикациите по дисертацията**

Представеният списък с публикации, свързани с темата на дисертационния труд, включва: 1 самостоятелна студия; 2 научни статии (1 от тях е самостоятелна) и 1 научен доклад (в съавторство). Той е доказателство, че важни части от дисертацията са станали обществено достояние и са получили научна оценка. Специално бих отличила самостоятелната статия в реномираното списание «Бизнес управление», което е индексирено в Scopus. Публикациите формират 53,33 *точки*, при минимално изискуеми 30 точки, съгласно изискванията на ЗРАСРБ за придобиване на ОНС «доктор».

## **6. Оценка на автореферата**

Разискваните в дисертационния труд основни аспекти намират място в представения автореферат. Неговото съдържание кореспондира с основния труд, като представя в синтезиран вид изследвания проблем. Авторефератът е съставен от *шест части*, които включват: обща характеристика; структура; синтезирано изложение; справка за приносите; списък на публикациите по дисертационния труд и декларация за оригиналност.

## 7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Нямам съществени критични бележки. Авторефератът би спечелил, ако в него са включени повече визуални интерпретации на изследването (фигури).

Препоръката ми към автора е да продължи научните си изследвания по тази актуална проблематика, като разшири обхвата на пазара, включвайки потребители с различни демографски характеристики и задълбочи анализа на дигиталните комуникации в туризма.

Интересната проблематика, разисквана в дисертационния труд, поражда някои въпроси. Бих желала докторантът да отговори на *следните*:

1. До каква степен предложеният от докторанта модел е приложим и към останалите поколения туристи (Y, X и Baby Boomers) и какви адаптации биха били необходими за неговото успешно прилагане в по-широк демографски обхват?

2. Докторантът защитава тезата, че дигитализацията има двупосочно въздействие върху туристическото преживяване – едновременно повишава ангажираността и информираността, но същевременно създава рискове от информационно пренасищане и загуба на автентичност. В тази връзка, какви конкретни механизми или управленски инструменти докторантът би препоръчал на туристическите предприятия за постигане на баланс между дигитализацията и запазването на автентичното туристическото преживяване?

## 8. Заключение

Дисертационният труд е оригинален научноизследователски продукт. Той представлява определен принос към теорията и предимно към туристическата практика, отговаря на необходимите изисквания за разработване и написване, съгласно ЗРАСРБ и Правилника за неговото прилагане. Това ми дава основание с убеденост да предложа на почитаемото Научно жури да вземе **положително решение** за присъждане на образователната и научна степен “доктор” по икономика на докторант **Ангел Тодоров Стойков**, за което аз ще гласувам с **“Да”**.

16.06.2026 г.

Рецензент:

/проф. д-р Марияна Божинова/



## **R E V I E W**

By: **Prof. Mariyana Varbanova Bozhinova, PhD**  
*D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov*  
*Scientific specialty "Economics and Management"*

Regarding: Dissertation for awarding an educational and scientific degree  
**"Doctor"** in *scientific specialty "Economics and Management (Tourism)"* at the University of National and World Economy (UNWE)

Ground for presenting the review: Participation as a member of the scientific jury for the defense of the dissertation work according to Order No. 1314/20.05.2026 of the Vice-Rector for Scientific Research of the UNWE

Author of the Dissertation Work: **Angel Todorov Stoykov**  
Topic of the Dissertation Work: **Digitalization of Communication Policy in Tourism and Leisure**

### **1. Information about the dissertation candidate**

The PhD student Angel Todorov Stoykov studied under the doctoral program at the Department of Tourism Economics at the Faculty of Infrastructure Economics at UNWE in the scientific specialty of Economics and Management (Tourism), in accordance with the Order of the Rector of UNWE No. 715/12.03.2021. The training was initially carried out in a full-time form, after which it was transformed into a part-time form, according to Order No. 238/29.01.2025 of the Vice-Rector for Scientific Research of the UNWE, with the term of the doctoral studies until 02.03.2026. By Order of the Rector of UNWE No. 1301/20.05.2026, Angel Stoykov was expelled from doctoral studies with the right to defend a dissertation, due to a positive decision of the teaching department regarding the readiness to defend the dissertation before a scientific jury.

The PhD student completed his higher education at UNWE-Sofia in 2018, "Economics of Tourism" specialty, with a Bachelor's degree, in 2019 he graduated from Master's degree program "International Tourism", and in 2022

he also acquired a Master's degree in "Real Estate Management" at the same university.

During his studies, Angel Stoykov held leading elected positions, namely: Chairman of the Student Council at the University of National and World Economy (February 2019-June 2023), Advisor on Social and Domestic Affairs at the National Representation of Student Councils (NRSC) in Republic of Bulgaria (June 2023-January 2024), and since February 2024 he is currently the Chairman of the NRSC. This is proof of his leadership qualities and the trust placed in him.

## **2. General characteristics of the presented dissertation**

The dissertation is a coherent, logical and in-depth study, consisting of 240 pages of main text, successfully supported by graphical, tabular and appropriately processed empirical material.

The structure of the dissertation is classical and relatively balanced, consisting of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references and 1 application. The development is clearly illustrated by 7 tables and 44 figures.

My assessment, as a reviewer, is that the topic of the dissertation is distinguished by its relevance, practical significance and dissertationability. The relevance of the study of the digitalization of communication policy in tourism and leisure stems from the profound transformations that are taking place in the modern economy, incl. in the tourism sector, under the influence of digital technologies. Communication processes in tourism are also changing, as traditional marketing is gradually being replaced by digital communication models, in accordance with changed consumer preferences. In my opinion, there is almost no large-scale scientific and applied research on this specific issue in the specialized scientific literature. The relevance of the topic is well presented in the introduction to the dissertation.

The *goal* of the dissertation is "to analyze and evaluate the communication policy of tourism enterprises and destinations in the conditions of digital transformation by studying its impact on the behavior, perceptions and tourist experiences of generation Z, with a view to developing a model for its improvement." To achieve the goal, 6 research tasks have been defined, which correspond to the set goal of the study.

The *object* of research is tourism enterprises, considered as elements of the modern digital tourism ecosystem, which in communication takes place in a multi-channel dynamic environment.

The *subject* of research is the communication policy of tourism enterprises in the Sofia tourist region, in the conditions of digital transformation and its impact on the behavior and perceptions of generation Z.

The main *thesis* of the scientific work is based on the assertion that the digitalization of communication tools and policies of tourism enterprises in the Sofia region has a significant, but two-way impact on Generation Z - on the one hand, it increases engagement, awareness and attractiveness of the destination, and on the other, it creates risks related to information overload, distrust of digital content and weakening of the authentic tourism experience.

In the dissertation, the thesis is supported by three hypotheses.

I think that the goal, objectives and research thesis of the work are well formulated, and the object and subject are clearly outlined.

In his dissertation, the author demonstrates skills in skillful handling of scientific concepts and adherence to a scientific style of presentation.

The main limiting conditions of the study are correctly marked.

The *literature* used is included in a list of 176 titles (60 - in Cyrillic and 116 - in Latin), which testifies to the doctoral student's in-depth awareness of the research on the specific problem under discussion by Bulgarian and mainly foreign authors. The literary sources are analyzed and summarized in the manner necessary for a dissertation research.

### **3. Evaluation of the obtained scientific and scientific-applied results**

The structuring and content of the study is logical and consistent.

The dissertation contains theoretical, methodological and applied aspects, positioned in separate chapters of the work.

The *first chapter* /p. 7-71/ is of a theoretical and prescriptive nature, which is correct. It is the basis for the research carried out in the following chapters of the dissertation. This chapter is structured by three paragraphs, which consistently clarify: the theoretical foundations and concepts of marketing in the context of tourism and leisure, analyzing the stages of its development - from Marketing 1.0 to Marketing 5.0 and 6.0, in which technologies and changing consumer behavior play a leading role; marketing communication policy in tourism, considered as a strategic tool for reducing information asymmetry, building trust and creating competitive advantages in the tourism sector; digitalization in tourism, interpreted as a multi-layered process that encompasses internal organizational activities and external communication interactions with consumers. In this chapter, I would especially highlight the critical analysis of the opinions of a number of Bulgarian and foreign scholars on the essence and characteristics of marketing concepts and

leisure, on the basis of which the interrelationship between leisure, tourist behavior and digital marketing communications is revealed and argued.

*Chapter two* /pp. 72-132/ is dedicated to national and regional policy and marketing decisions related to these policies. It consists of three paragraphs. The first paragraph examines national policy and marketing decisions. The second paragraph focuses on regional tourism policy and the activities of tourism management organizations, highlighting their role in the development and implementation of communication strategies. The last paragraph analyzes the role of digitalization in communication policy at the national and regional levels.

The *third chapter* /pp. 133-222/, consisting of three paragraphs, has a practical and applied nature and is of the greatest value. It is in it that the PhD student's research skills are most evident. At the beginning, the methodological framework of the study is outlined. It is built on seven criteria for a comprehensive assessment of the communication needs of generation Z. The scope of the empirical study, conducted through a questionnaire survey among 310 respondents from generation Z, with a permanent address within the scope of the Sofia tourist region, is presented. The study was implemented in the period 8.01-17.02.2026 through online platforms and social networks. The second paragraph presents the theoretical foundations of the conceptual model. It integrates the evolution of marketing concepts, the behavior of generation Z, the digitalization of tourism policy, the life cycle of destinations and strategic analytical tools into a single research framework. In the third paragraph, an analysis of the results of the empirical study is carried out and a model for improving the communication policy of tourism enterprises with Generation Z is designed. The model includes basic stages of implementation and offers practical guidelines for its application in the Sofia tourist region.

A positive finding is that each chapter of the dissertation ends with summaries and conclusions that reflect the PhD student's opinion on the researched problems.

The PhD student demonstrates researcher skills by accumulating, summarizing, and analyzing a large amount of information that has been processed using appropriate scientific methods, based on which he makes substantiated proposals.

In developing the dissertation, a set of research *approaches and methods* were used, such as: systematic approach, historical, inductive and deductive methods, analysis and synthesis, comparative analysis, content analysis, survey method and statistical methods. In the introduction to the dissertation, the doctoral student presented some of them.

PhD student Angel Stoykov, achieves his main research goal and solves the research tasks set in a sufficiently clear and reasoned manner. In this way, he also proves his research thesis.

In summary, there is a unique research approach chosen by the doctoral student and successfully applied to achieve real results in writing the dissertation. Evidence for the presence of these results, in addition to the overall structure of the dissertation, is summarized and synthesized in the conclusion.

#### **4. Evaluation of the scientific and scientific-applied contributions**

The dissertation work proposed for evaluation has evidence of scientific and applied results, presented as solutions to the researched problems. The scientific and applied contributions presented in the abstract correspond to the actual contributions of the dissertation and are the personal work of the PhD student. The main scientific merits of the dissertation work can be outlined in the following guidelines:

*First*, the theoretical statements on marketing and communication policy in tourism are enriched by linking the evolution of marketing concepts (from Marketing 1.0 to Marketing 6.0) with the processes of digitalization and transformation of tourism communications, and the interrelationship between leisure time, tourist behavior and digital marketing communications is revealed and argued /scientific contribution/.

*Second*, an in-depth analysis of the national and regional tourism policy in Bulgaria in the context of digital transformation was carried out, highlighting the specific characteristics, problems and opportunities of the communication policy of tourist destinations and organizations for managing tourist areas /scientific-applied contribution/.

*Third*, the main trends and dependencies in the digitalization of communication policy in tourism have been identified, including the role of digital platforms, social networks, artificial intelligence and interactive technologies in shaping consumer behavior and tourist experience /scientific-applied contribution/.

*Fourth*, based on an empirical study among representatives of Generation Z in the Sofia tourist region, the key factors influencing the choice and use of digital communication channels, as well as trust, satisfaction and intention to revisit the destination, have been identified /applied contribution/.

*Fifth*, an original model has been developed for improving the communication policy of tourist enterprises and destinations through digital solutions, based on the integration of modern marketing concepts, digital technologies and behavioral characteristics of generation Z /scientific-applied contribution/.

## **5. Evaluation of dissertation publications**

The presented list of publications related to the topic of the dissertation includes: 1 independent study; 2 scientific articles (1 of them is independent) and 1 scientific paper (co-authored). It is evidence that important parts of the dissertation have become public knowledge and have received scientific evaluation. I would especially like to highlight the independent article in the renowned journal "Business Management", which is indexed in Scopus. The publications form 53.33 *points*, with a minimum required of 30 points, according to the requirements of the Act on the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria for acquiring the educational and scientific degree of "Doctor".

## **6. Evaluation of the abstract**

The main aspects discussed in the dissertation work are presented in the presented abstract. Its content corresponds to the main work, presenting the research problem in a synthesized form. The abstract is composed of *six parts*, which include: general characteristics; structure; synthesized exposition; reference to the contributions; list of publications on the dissertation work and a declaration of originality.

## **7. Critical remarks, recommendations and questions**

I have no significant critical remarks. The abstract would benefit from including more visual interpretations of the research (figures).

My recommendation to the author is to continue his research on this current issue by expanding the scope of the market, including users with different demographic characteristics, and deepening the analysis of digital communications in tourism.

The interesting issues discussed in the dissertation raise some questions. I would like the PhD student to answer the following *question*:

1. To what extent is the model proposed by the PhD student applicable to other generations of tourists (Y, X and Baby Boomers) and what adaptations would be necessary for its successful implementation in a wider demographic range?

2. The PhD student argues that digitalization has a two-way impact on the tourism experience – it simultaneously increases engagement and awareness, but at the same time creates risks of information overload and loss of authenticity. In this regard, what specific mechanisms or management tools would the PhD student recommend to tourism enterprises to achieve a balance between digitalization and preserving the authentic tourism experience?

## 8. Conclusion

The dissertation is an original research product. It represents a certain contribution to the theory and primarily to the tourism practice, meets the necessary requirements for development and writing, according to the Act on the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria and the Regulations for its implementation. This gives me reason to confidently propose to the esteemed Scientific Jury to make a ***positive decision*** to award the educational and scientific degree of "Doctor" in Economics to PhD student ***Angel Todorov Stoykov***, for which I will vote "***Yes***".

16.06.2026

Reviewer:

/Prof. Mariyana Bozhinova, PhD/