

СТАНОВИЩЕ

От: **доц. д-р Петя Иванова Тонева**
СА „Д. А. Ценов“- Свищов
Професионално направление 3.8 Икономика
научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по докторска програма „Икономика и управление (туризъм)“ в Университет за национално и световно стопанство – София

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

Автор на дисертационния труд: **АНГЕЛ ТОДОРОВ СТОЙКОВ**

Основание за представяне на становището: Участие в Научно жури, определено със Заповед №1314/20.05.2026 г. на Заместник-ректора по научноизследователската дейност на УНСС и решение на първото заседание на научното жури, проведено на 29.05.2026 г.

I. Обща характеристика на представения на дисертационния труд

Нарасналото приложение и значение на **дигиталните технологии** и социални медии създава предизвикателства и нови възможности в туризма и свободното време . Туристите все повече са свързани с Интернет, използват различни мобилни приложения, изкуствен интелект, имат достъп до онлайн новини и информация. Тези тенденции в туристическото поведение и процесът на дигитализация на икономиката водят към дигитален маркетинг, а също и са среда за създаване на капацитет и продуктово развитие. В унисон с това дисертационният труд е посветен на значимата проблематика за дигитализацията на комуникационната политика в туризма и свободното време. Авторът убедително е *аргументирал актуалността* на своето изследване, като подчертава ключовото значение на комуникационната политика като инструмент за изграждане на взаимоотношения между туристическите предприятия и техните целеви аудитории и необходимостта от адаптиране на традиционните маркетингови подходи към съвременните дигитални реалности .

Приложени са оригинални изследователски техники със задълбочен и компетентен авторов поглед върху темата. Представеният научен подход към изследване на проблема е безспорно актуален и необходим за българската икономическа теория и практика. С дисертационният труд авторът отстоява **тезата**, 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. Във връзка с основната дисертационна теза авторът формулира **три хипотези**.

В **структурно отношение** дисертационният труд се състои от увод (4 стр.), изложение в три глави (216 стр.), заключение (5 стр.), едно приложение, списък на използваната литература (186 източника) и е в общ обем от 252 страници. Използваните информационни източници отразяват широките познания на докторанта в изследваната област. Цитирането е коректно, а библиографията е актуална. Преобладават литературните източници на латиница (123 броя), което се обяснява с факта, че проблематиката е повече проучвана в чуждестранната специализирана литература. Използваните интернет източници са представителни и пряко свързани с разглежданата проблематика. Към дисертационния труд са приложени списък на използваните съкращения, списък на таблиците (7 броя) и списък на фигурите (44 броя).

Научноизследователската рамка е правилно построена. За **обект на изследването** са определени *туристическите предприятия*, а негов **предмет** е *комуникационната политика на туристически район София в условията на дигитална трансформация и нейното въздействие върху поведението и възприятията на поколение Z*. Методологическият инструментариум е подходящ и ясно представен. Използва се комбинация от теоретични и емпирични подходи за цялостно и задълбочено изследване на проблема. Коректно са определени **ограничителните условия** на изследването.

Дисертационният труд е във вид и структура, съответстващи напълно на изискванията и критериите за подобен вид разработки.

II. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Съдържанието на дисертационния труд дава основание да се посочи, че е изграден съобразно разработена и изпълнена от автора структура, позволяваща прилагането на последователен и логически обоснован подход. Отличава се с балансираност и съответствие с **поставената цел**: 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 туристическото преживяване на поколение Z, с оглед разработване на модел за усъвършенстването ѝ.

Постигането на целта е естествен резултат от решаването на шест основни изследователски задачи. *Първата и втората задачи* са решени в глава първа където докторантът разглежда теоретичните аспекти на маркетинга и по-специално комуникационната политика като стратегически инструмент за намаляване на информационната асиметрия, изграждане на доверие и създаване на конкурентни предимства. Направена е систематизация в ретроспективен план на дигитализацията в туризма като фундаментален фактор за трансформация на туристическата индустрия. Напълно правилно авторът достига до извода, че дигитализацията създава възможности за персонализация на туристическите услуги, оптимизация на управленските процеси и развитие на интелигентни туристически дестинации, но същевременно поставя и редица предизвикателства, свързани със защита на личните данни, социални ефекти и необходимост от нови дигитални компетенции.

Детайлното решаване на *третата и четвъртата поставени задачи* е залегнало във втора глава, която е насочена към анализ на националната и регионалната туристическа политика. Прави се оценка на маркетинговите решения насочени към страната като дестинация, а също и комуникационните стратегии на организациите за управление на туристическите райони. По-специално внимание е отделено на туристически район „София“, като се установява, че съвременната туристическа политика е тясно обвързана с дигитализацията и използването на съвременни комуникационни инструменти за позициониране на дестинацията. Използва се сравнителен анализ на съществуващите практики, за да се открие значението на дигитализацията за повишаване ефективността на комуникационната политика на национално и регионално равнище. На база на осъщественият анализ се установява, че дигитализацията води до съществена промяна в комуникационния модел – от едносочен към двупосочен и интерактивен, което трансформира начина по който туристическата индустрия комуникира с потребителите и създава преживявания.

Петата и шестата задачи са фокус на трета глава, където авторът посредством качествени и количествени методи анализира поведението на поколение Z и разкрива ключови характеристики при използване на дигиталните и лични комуникационни канали с туристическите предприятия. Получените резултати служат за изграждане на модел за усъвършенстване на комуникационната политика, който интегрира теоретичните конструкции и емпиричните резултати и предлага практико-приложна рамка за туристическите предприятия в условията на дигитална трансформация. Моделът включва основни етапи за внедряване и предлага практически насоки за приложение в район „София“.

Намирам научноизследователската рамка и разработената конструкция за правилно изградени. Авторът формулира и защитава своята основна изследователска теза, като систематизира и осмисля съществуващите концепции, правилно ги

интерпретира и където е необходимо заема аргументирана позиция. В дисертационния труд са анализирани първични и вторични данни чрез приложими към обекта на изследване методи за анализ.

Докторантът демонстрира убедителност на научния изказ, има добър стил и логика на изложението. Използва правилен терминологичен апарат, като конкретизира и прецизира използваните понятия и термини.

III. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Дисертационният труд притежава безспорни и ценни научни достойнства. Приносните моменти могат да се групират в две отделни направления: такива с теоретико-методологичен характер и такива с практикоприложен характер.

Научните приноси с теоретико-методологичен характер, които се откриват в дисертационния труд, са свързани със: систематизиране и развиване на теоретичните постановки за маркетинга и комуникационната политика в туризма като част от него, чрез обвързване на еволюцията на маркетинговите концепции – от Маркетинг 1.0 до Маркетинг 6.0; извеждане на концептуална рамка за развитието на дигиталната комуникационна политика в туризма и свободното време; разкриване и аргументиране на взаимовръзката между свободното време, туристическото поведение и дигиталните маркетингови комуникации, както и идентифициране основните социално-икономически фактори влияещи върху избора на услуги;

В практикоприложен план съдържащите се приноси моменти касаят следното: извеждане на специфичните характеристики, проблеми и възможности на комуникационната политика на туристическите дестинации и организациите за управление на туристическите райони; идентифициране на основните тенденции и зависимости при дигитализацията на комуникационната политика в туризма; установяване на ключовите фактори върху избора и използването на дигитални комуникационни канали, както и върху доверието, удовлетвореността и намерението за повторно посещение на дестинацията по емпиричен път; разработване на авторски модел с приложим характер за усъвършенстване на комуникационната политика чрез дигитални решения, основан на интеграция между съвременни маркетингови концепции, дигитални технологии и поведенчески характеристики на поколение Z.

IV. Оценка на автореферата и на публикациите по дисертацията

Авторефератът е в обем от 53 страници и съобразно изискванията е представен на български и английски езици. Със своето съдържание отразява точно и разкрива основните моменти и идеи в дисертацията.

Авторът е представил *4 научни публикации* по дисертационния труд, 2 от които са самостоятелни и 2 в съавторство, което надвишава минималните задължителни

изискванията по ЗРАСРБ за придобиване на ОНС „доктор“ и дава възможност за добро популяризиране проблематиката на дисертационния труд пред научната общност.

V. Критични бележки, препоръки и въпроси по дисертационния труд

Препоръчвам на автора да публикува монография по темата на дисертационния си труд, тъй като считам, че може да бъде полезна, както на други изследователи, така и на ангажираните с управление на туристическите райони в страната и представителите на бизнеса, интересуващи се от тази проблематика.

С цел да дам възможност докторантът да прояви способността си за аналитично и аргументирано мислене, които е показал с дисертационния си труд, бих искала да изрази своето становище върху следния въпрос:

Считате ли, че създаването на туристически клъстери в отделните туристически райони, в условията на дигитална трансформация, има потенциал да повиши ефективността на комуникационната политика?

VI. Заключение

Дисертационният труд изследва актуален и значим проблем. Той отговаря напълно на всички нормативни и качествени изисквания за неговото разработване и написване. С него докторантът показва способност за провеждане на самостоятелно изследване и е постигнал теоретични и приложни резултати, представляващи принос към науката и практиката.

Гореизложеното ми дава основание да изразя своето категорично **ПОЛОЖИТЕЛНО СТАНОВИЩЕ** за дисертационния труд и да предложа на уважаемите членове на научното жури да вземат решение **за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“ на Ангел Тодоров Стойков.**

10.06.2026 г.
Гр. Свищов

Изготвил становището: /п/
(доц. д-р Петя Иванова)

OPINION

From: **Assoc. Prof. Petya Ivanova Toneva, PhD**
"D. A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov"
Professional field 3.8 Economics
Scientific specialty "Economics and Management (Tourism)"

Subject: Dissertation for awarding the educational and scientific degree of "Doctor" in a doctoral program "Economics and Management (Tourism)" at the University of National and World Economy – Sofia

Topic of the dissertation: **"Digitalization of communication policy in tourism and leisure"**

Author of the dissertation: **ANGEL TODOROV STOYKOV**

Reasons for submission of the opinion: Participation in the Scientific Jury, determined by Order No1314/20.05.2026 of the Vice-Rector for Research of the UNWE and Decision of the First Meeting of the Scientific Jury, held on 29.05.2026.

I. General characteristics of the presented dissertation

The increased application and importance of **digital technologies** and social media creates challenges and new opportunities in tourism and leisure. Tourists are increasingly connected to the Internet, use various mobile applications, artificial intelligence, have access to online news and information. These trends in tourist behavior and the process of digitalization of the economy lead to digital marketing, and are also an environment for capacity creation and product creation development. In line with this, the dissertation is devoted to the significant issues of digitalization of communication policy in tourism and leisure. The author has convincingly *argued the relevance* of his research, emphasizing the key importance of communication policy as a tool for building relationships between tourism enterprises and their target audiences and the need to adapt traditional marketing approaches to modern digital realities.

Original research techniques with a deep and competent author's view of the topic are applied. The presented scientific approach to the study of the problem is undoubtedly relevant and necessary for the Bulgarian economic theory and practice. With his dissertation, the author defends **the thesis** 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 from one* *On the other hand, it increases the engagement, awareness and attractiveness of the destination, and on the other hand, creates risks related to information glut, distrust of digital*

content and weakening of the authentic tourist experience. In connection with the main thesis, the author formulates **three hypotheses**.

Structurally, the dissertation consists of an introduction (4 pages), an exposition in three chapters (216 pages), a conclusion (5 pages), one appendix, a list of references (186 sources) and has a total volume of 252 pages. which is explained by the fact that the problems are more studied in foreign specialized literature. The Internet sources used are representative and directly related to the issues under consideration. Attached to the dissertation are a list of abbreviations used, a list of tables (7 items) and a list of figures (44 items).

The research framework is properly constructed. **Tourism enterprises** have been identified *as the object of the study*, and its **subject** is *the communication policy of the tourist region of Sofia in the context of digital transformation and its impact on the behavior and perceptions of Generation Z*. The methodological tools are appropriate and clearly presented. A combination of theoretical and empirical approaches is used for a comprehensive and in-depth study of the problem.

The dissertation is in a form and structure that fully corresponds to the requirements and criteria for this type of development.

II. Evaluation of the scientific and applied scientific results obtained

The content of the dissertation gives grounds to point out that it is built in accordance with a structure developed and implemented by the author, allowing the application of a consistent and logically grounded approach. It is distinguished by its balance and compliance with **the set goal**: to analyze and evaluate the communication policy of tourism enterprises and destinations in the context of digital transformation by studying its impact on behavior, perceptions and tourist experience of Generation Z, with a view to developing a model for its improvement.

Achieving the goal is a natural result of solving six main research problems. *The first and second tasks* are solved in Chapter One, where the PhD student examines the theoretical aspects of marketing and in particular communication policy as a strategic tool for reducing information asymmetry, building trust and creating competitive advantages. that digitalization creates opportunities for personalization of tourist services, optimization of management processes and development of smart tourist destinations, but at the same time poses a number of challenges related to personal data protection, social effects and the need for new digital competencies.

The detailed solution of the *third and fourth tasks* is enshrined in the second chapter, which is aimed at analyzing the national and regional tourism policy, assessing the marketing decisions aimed at the country as a destination, as well as the communication strategies of the organizations for the management of tourist regions. that modern tourism policy is closely linked to digitalization and the use of modern communication tools for positioning the destination. A

comparative analysis of existing practices is used to highlight the importance of digitalization in increasing the effectiveness of communication policy at national and regional level. Based on the analysis, it is found that digitalization leads to a significant change in the communication model - from one-way to two-way and interactive, which transforms the way the tourism industry communicates with consumers and creates experiences.

The fifth and sixth tasks are the focus of the third chapter, where the author analyzes the behavior of Generation Z using qualitative and quantitative methods and reveals key characteristics when using digital and personal communication channels with tourism enterprises. The results obtained serve to build a model for improving communication policy, which integrates theoretical constructs and empirical results and offers a practical framework for tourism enterprises in the context of digital transformation. The model includes main stages for implementation and offers practical guidelines for implementation in the Sofia region.

I find the research framework and the developed construction to be properly built. The author formulates and defends his main research thesis by systematizing and comprehending the existing concepts, correctly interpreting them and, where necessary, taking a reasoned position. In the dissertation, primary and secondary data are analyzed using methods of analysis applicable to the object of research.

The PhD student demonstrates persuasiveness of the scientific statement, has a good style and logic of the exposition. It uses the correct terminological apparatus, specifying and refining the concepts and terms used.

III. Evaluation of scientific and applied scientific contributions

The dissertation has indisputable and valuable scientific merits. The contributing moments can be grouped into two separate directions: those of theoretical and methodological nature and those of practical application.

The scientific contributions of a theoretical and methodological nature, which are found in the dissertation, are related to: systematization and development of theoretical statements about marketing and communication policy in tourism as part of it, by linking the evolution of marketing concepts – from Marketing 1.0 to Marketing 6.0; deriving a conceptual framework for the development of digital communication policy in tourism and leisure; disclosure and argumentation of the relationship between leisure, tourist behavior and digital marketing communications, as well as identifying the main socio-economic factors influencing the choice of services;

In practical terms, the contained contributing points concern the following: derivation of the specific characteristics, problems and opportunities of the communication policy of tourist destinations and organizations for management of tourist areas; identification of the main trends and dependencies in the digitalization of communication policy in tourism; identification of the key factors on the choice and use of digital communication channels, as well as on the trust,

satisfaction and intention to revisit the destination empirically; development of an author's model with an applicable nature for improving communication policy through digital solutions, based on integration between modern marketing concepts, digital technologies and behavioral characteristics of Generation Z.

IV. Evaluation of the abstract and the publications of the dissertation

The abstract is 53 pages long and is presented in Bulgarian and English in accordance with the requirements. With its content, it accurately reflects and reveals the main points and ideas in the dissertation.

The author has presented *4 scientific publications* on the dissertation, 2 of which are independent and 2 in co-authorship, which exceeds the minimum mandatory requirements under the Law on the Acquisition of the Doctoral degree and allows for good promotion of the problems of the dissertation to the scientific community.

V. Critical notes, recommendations and questions on the dissertation

I recommend the author to publish a monograph on the topic of his dissertation, as I believe that it can be useful both to other researchers and to those involved in the management of tourist areas in the country and business representatives interested in this issue.

In order to enable the PhD student to demonstrate his ability for analytical and reasoned thinking, which he has shown with his dissertation, I would like to express his opinion on the following issue:

Do you think that the creation of tourist clusters in individual tourist regions, in the context of digital transformation, has the potential to increase the effectiveness of communication policy?

VI. Conclusion

The dissertation examines a topical and significant problem. It fully meets all regulatory and quality requirements for its development and writing. With it, the PhD student demonstrates the ability to conduct independent research and has achieved theoretical and applied results, representing a contribution to science and practice.

The above gives me grounds to express my categorical **POSITIVE OPINION** on the dissertation and to propose to the distinguished members of the scientific jury to make a decision **to award the educational and scientific degree of "Doctor" in the scientific specialty "Economics and Management (Tourism)" to Angel Todorov Stoykov.**

10.06.2026
Svishtov

Signature:

(Assoc. Prof. Petya Ivanova, PhD)