



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

РЕЦЕНЗИЯ

от доц. д-р Ася Димитрова Панджерова

Университет за национално и световно стопанство – София

Професионално направление 3.8. „Икономика“

Научна специалност „Икономика и управление (управление на проекти в туризма)“

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

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

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Икономика на туризма“ при факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС по научна специалност „Икономика и управление (туризм)“, съгласно Заповед 715/12.03.2021 г. на Ректора на УНСС. Обучението се осъществява в редовна форма в периода от 02.03.2021 г. до 02.03.2024 г., след което обучението е удължено в задочна форма на

обучение.

Ангел Стойков завършва висшето си образование в УНСС през 2018 г., специалност „Икономика на туризма“. През 2019 г. придобива ОКС „Магистър“ в същия университет в катедра „Икономика на туризма“. През 2022 г. завършва втора магистратура в катедра „Недвижима собственост“. От 2021 година е редовен докторант в катедра „Икономика на туризма“, с научен ръководител доц. д-р Николай Цонев.

Докторантът развива широка обществена дейност. От февруари 2024 г. е Председател на Националното представителство на студентските съвети в Република България, като взема активно участие в работни комисии на Министерство на образованието и науката. От юни 2023 до януари 2024 г. е Съветник по социално-битовите въпроси към НПСС, където основната му функция е провеждането на политики за отстояване на интересите на обучаващите се във висшите училища. От февруари 2019 до юни 2023 година е Председател на Студентския съвет на УНСС, където активно работи със студентската общност на университета.

Владее английски език на много добро ниво. Притежава отлични социални и организационни умения и компетенции, в т.ч. умения за координиране на проекти и събития и доброволческа работа.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представеният дисертационен труд на тема: **„Дигитализация на комуникационната политика в туризма и свободното време“** е в общ обем от 252 страници. Състои се от увод (4 стр.), изложение в три глави (216 стр.), заключение (5 стр.), приложения (6 стр.), списък с фигури, списък с таблици и списък със съкращения. Списъкът на литературните източници е съставен от 189 заглавия, 65 от които на кирилица, 122 на латиница и 3 интернет източника. **Структурата** на дисертационния труд се характеризира с отлична последователност и логичност в изложението. Наличен е добър баланс в обема на трите глави, както и между отделните параграфи, както и изводи след всяка глава.

Изборът на конкретната тема и индивидуалните мотиви за разработката на дисертационния труд са много добре обосновани. Несъмнено, темата е **актуална и значима**, тъй като информационните и комуникационните технологии играят ключова

роля за изграждането на взаимоотношения между туристическите предприятия и техните таргет групи. **Обектът и предметът** на изследването са коректно дефинирани. **Обект** на научното изследване са туристическите предприятия, разглеждани като елементи от съвременната дигитална туристическа екосистема, в която комуникацията се осъществява в многоканална и динамична среда. За **предмет** на изследването е възприета комуникационната политика на туристическите предприятия в условията на дигитална трансформация. В рамките на дисертационния труд, чрез детайлизирано теоретико-методологическо и практико-приложно изследване е постигната **целта** на дисертацията, която е насочена към анализ и оценка на 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. За постигането на целта, докторантът дефинира шест **изследователски задачи**, които постига в отделните глави на представения докторантски труд. В дисертационния труд е формулирана **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.“ Представената теза е защитена посредством проверката на три хипотези. За реализирането на целите на разработката е използван **методически инструментариум**, включващ прилагането на логически, исторически, индуктивно-дедуктивен и системен подход. Подчертана е **научната новост и полезност** на дисертационния труд.

Използваната литература включва съвременни и актуални заглавия на кирилица и латиница. Тя подпомага задълбочения критичен анализ на изследваната проблематика, изясняването на терминологичните уточнения и понятийния апарат. В цялата научна разработка литературните източници са използвани добросъвестно и коректно от докторанта, което позволява да се открие **личния му принос**.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Съдържанието на труда дава основание да се посочи, че структурата, върху която той е изграден, позволява да се приложи последователен и логически обоснован изследователски подход. В композиционно отношение, всяка една от частите на дисертацията е напълно **завършена и самостоятелна**, което дава възможност да се проследи цялостната проблематика на изследването. Получените научно-приложни резултати в дисертационния труд се съдържат в увода и трите глави на разработката.

Първа глава на дисертационния труд изследва маркетинга и комуникационната политика в туризма и свободното време. Тя се фокусира върху теоретичното изясняване на маркетинговите концепции в контекста на туризма и свободното време. Систематизирани са ключовите концепции и подходи, които формират съвременната теоретична рамка на маркетинговите процеси в туристическата индустрия. Разгледана е ролята на свободното време като ключов социален фактор за развитието на туризма, като е направен анализ на социално-икономическите фактори, които влияят върху структурата на свободното време и които са в пряка връзка с туристическото поведение и мотивацията за пътуване. Специално внимание е отделено на комуникационната политика като част от маркетинга в туризма. Посредством направения теоретичен анализ е направено заключението, че комуникационната политика изпълнява информационна, убеждаваща, имиджова и стратегическа функция, чрез които се изгражда връзката между туристическите организации и техните целеви аудитории. Акцент в първа глава е поставен върху дигитализацията в туризма. Направените изследвания потвърждават, че интеграцията на изкуствен интелект, големи данни (Big Data) и смарт системи трансформира из основи мениджмънта в туризма и комуникацията с клиентите. От една страна, дигиталните иновации оптимизират оперативните процеси, позволяват персонализиране на клиентското преживяване и стимулират изграждането на умни дестинации. От друга страна, този преход генерира сериозни предизвикателства, сред които киберсигурността, социалното въздействие и дефицитът на съвременни дигитални умения сред кадрите.

Втора глава е посветена на националната и регионалната туристическа политика и маркетинговите решения. В нея са представени развитието на националната и регионалната туристическа политика в България, както и ролята на

дигитализацията в управлението и комуникацията на туристическите райони. Анализът на докторанта води до извода, че националната туристическа политика функционира като сложна структура от стратегически, административни и маркетингови инструменти. Тяхната основна цел е да укрепят конкурентните позиции на България на международния пазар и да гарантират дългосрочното и устойчиво развитие на целия отрасъл. Проследено е историческото развитие на националната туристическа политика, като са открити спецификите на отделните етапи. Установена е връзката между развитието на туристическата политика в България с историческите и институционалните промени в страната. Вниманието във втора глава е обърнато и на регионалната туристическа политика и организациите за управление на туристическите райони, като е подчертана тяхната роля за разработването, управлението и популяризирането на регионалните туристически продукти и развитието на конкурентоспособни и устойчиви туристически дестинации. Акцентът във втора глава на дисертацията е направеният анализ на ролята на дигитализацията в управлението и комуникацията на туристическите райони. Резултатите доказват ключовата роля на системния подход в мениджмънта на сектора. При него държавното стратегическо планиране, местното самоуправление и технологичните иновации действат в синергия като неделими компоненти на модерната туристическа екосистема.

Практическата приложимост на разгледаните теоретични постановки в първа и втора глава са илюстрирани в **трета глава** на дисертационния труд. В нея е изграден авторов модел за усъвършенстване на комуникационната политика чрез дигитални решения на примера на Туристически район „София“. Анализът се основава на емпиричен количествен подход и е насочен към изследване на ефектите от приложението на дигитални решения върху комуникационната политика на Туристически район „София“. Основният фокус е поставен върху получените емпирични резултати, които очертават специфичния профил на поколението Z по отношение на избора между дигитални и конвенционални форми на взаимодействие с туристическия бизнес. Анализът индикира категорично превъзходство на дигиталната комуникация, с особен акцент върху силно визуалните социални платформи. Ключови детерминанти на потребителското поведение в тази група са оперативността, улесненият достъп до данни и мултимедийното съдържание. Въпреки това директният

човешки контакт запазва стратегическото си значение, най-вече при управлението на комплексни услуги и формирането на потребителско доверие.

Гореизложеното в настоящата точка от рецензията ми позволява с убеденост да твърдя, че хипотезите, формулирани в увода на дисертационния труд, са напълно постигнати и доказани. Резултатите от представения дисертационния труд напълно доказват формулираната теза.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

По наше мнение, в дисертацията се открояват следните 5 научни и научно-приложни приноси в следните направления:

- Аргументирана е причинно-следствената връзка между свободното време, дигиталните комуникации и промените в потребителското поведение на туристите. Идентифицирани и класифицирани са ключовите социално-икономически фактори, които определят избора на туристически услуги в съвременната дигитална среда.
- Извършен е критичен анализ на националната и регионалната туристическа политика на България в ерата на дигиталната трансформация. Дефинирани са специфичните особености, текущите проблеми и потенциалните възможности пред комуникационните стратегии на дестинациите и Организациите за управление на туристическите райони (ОУТР).
- Разкрити са водещите тенденции и зависимости при дигитализирането на туристическите комуникации. Оценен е ефектът от внедряването на дигитални платформи, социални мрежи, изкуствен интелект (AI) и интерактивни технологии върху формирането на потребителското преживяване и поведение.
- Реализирано е авторско емпирично изследване на потребители от поколението Z в туристически район „София“. Установени са критичните фактори за избор на комуникационни канали, както и механизмите за изграждане на доверие, удовлетвореност и лоялност (намерение за повторно посещение) към дестинацията.

- Проектиран е оригинален приложен модел за оптимизация на комуникационната политика на туристическите предприятия и дестинации чрез дигитални решения. Моделът успешно интегрира съвременните маркетингови парадигми, новите технологии и специфичния поведенчески профил на поколението Z, с цел повишаване на конкурентоспособността и устойчивостта на бизнеса.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Ангел Стойков е представил 4 публикации, 2 от които са в съавторство, пряко свързани с тематиката на дисертационния труд. Всички научни трудове са публикувани в авторитетни национални издания и отразяват постигнатите научни и научно-приложни резултати от дисертанта. Те доказват, че е налице задълбочено изследване на проблемите, третиращи програмите за дигитализацията в комуникационната политика на туристическите предприятия.

Въпреки че докторантът изцяло покрива минималните национални изисквания по чл. 2б, ал. 2 и 3 от ЗРАСРБ за придобиване на образователна и научна степен "доктор", ще си позволя да направя една забележка по отношение на постигнатия брой точки, представен в справката за минималните национални изисквания. Общият реален брой реализирани точки са 53.33, калкулирани както следва:

- ✓ 1 статия в съавторство между 3-ма автори, публикувана в международно реферирано списание с научно рецензиране: 3.33 точки;
- ✓ 1 самостоятелна научна статия: 15 точки;
- ✓ 1 публикация в съавторство между 2-ма автори: 5 точки;
- ✓ 1 студия, публикувана в академично научно издание с научно рецензиране: 30 точки

6. Оценка на автореферата

Представеният автореферат на български и английски език е в общ обем от 97 страници. В него са разкрити най-значимите моменти от дисертационния труд, които отразяват съдържанието му. Посочените научни приноси са коректно формулирани. Авторефератът улеснява четенето и лесното възприемане на съдържанието на дисертационния труд. Представената отделно декларация за оригиналност

потвърждава, че дисертацията е изцяло авторски продукт и че при нейното разработване не са нарушени авторските права на чужди публикации и разработки.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Отчитайки достойнствата на представения дисертационен труд, нямам съществени критични бележки към докторант Ангел Стойков. С цел достойна защита, бих искала да поставя следния въпрос:

Дигитализацията често е свързана с автоматизация на процесите (например чатботове, автоматизирани имейл кампании). Как предлаганият от Вас комуникационен модел решава конфликта между стремежа към по-висока дигитална ефективност и необходимостта от дълбока персонализация и „човешки подход“, които са критично важни за изграждането на доверие в туристическата индустрия?

8. Заключение

Разработеният дисертационен труд от Ангел Тодоров Стойков отговаря по съдържание, обем и структура на изискванията за придобиване на образователна и научна степен „доктор“, регламентирани в Закона за развитие на академичния състав в Република България и Правилника за неговото приложение. С убеденост давам положителна оценка за дисертационния труд, автореферата и представените публикации на дисертанта. Считаю, че постигнатите резултати имат характер на научно-приложни приноси за развитието на дигитализацията за комуникационната политика на туристическите предприятия. Препоръчвам на Уважаемите членове на научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Ангел Тодоров Стойков – докторант в катедра „Икономика на туризма“ към факултет „Икономика на инфраструктурата“ при Университета за национално и световно стопанство – гр. София.

17.06.2026 г.,
София

Подпис:
(доц. д-р Ася Панджорова)



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

R E V I E W

On behalf of Associate Professor Dr. Asya Pandzherova

University of National and World Economy – Sofia (UNWE)

Professional Field 3.8. “Economics”

Scientific Specialty "Economics and Management (Project Management in Tourism)"

Subject: dissertation for the award of educational and scientific degree “**Doctor**” in professional field “**Economics**”, scientific specialty “**Economics and Management (Tourism)**” in UNWE – Sofia.

Reason for submitting the review: participation in the scientific jury for the defense of the dissertation according to Order No. 1314/20.05.2026 of the Vice-Rector for Research of the UNWE.

Author of the dissertation: Angel Todorov Stoykov

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

1. Information about the dissertation candidate

The dissertation candidate studied under the doctoral program at the Department of Tourism Economics at the Faculty of Infrastructure Economics of the UNWE in the scientific specialty "Economics and Management (Tourism)", in accordance with Order 715/12.03.2021 of the Rector of the UNWE. The training is carried out in a full-time form in the period from 02.03.2021 to 02.03.2024, after which the training was extended in a part-time form of study.

Angel Stoykov graduated from the UNWE in 2018, majoring in Tourism Economics. In 2019, he acquired the "Master's" qualification at the same university in the Department of Tourism Economics. In 2022, he completed a second master's degree in the Department of Real Estate. Since 2021, he has been a full-time doctoral student in the Department of Tourism Economics, with Assoc. Prof. Dr. Nikolay Tsonev as his scientific supervisor.

The doctoral student has been engaged in extensive public activity. Since February 2024, he has been the Chairman of the National Representation of Student Councils in the Republic of Bulgaria, actively participating in working committees of the Ministry of Education and Science. From June 2023 to January 2024, he has been an Advisor on Social and Domestic Affairs at the National Representation of Student Councils in the Republic of Bulgaria, where his main function is to implement policies to uphold the interests of students in higher education institutions. From February 2019 to June 2023, he has been the Chairman of the Student Council of the University of National and World Economy, where he actively works with the student community of the university.

He speaks English at a very good level. He has excellent social and organizational skills and competencies, including skills in coordinating projects and events and volunteer work.

2. General characteristics of the presented dissertation work

The presented dissertation work on the topic: "Digitalization of communication policy in tourism and leisure" has a total volume of 252 pages. It consists of an introduction (4 pages), an exposition in three chapters (216 pages), a conclusion (5 pages), appendices (6 pages), a list of figures, a list of tables and a list of abbreviations. The list of literary sources is composed of 189 titles, 65 of which are in Cyrillic, 122 in Latin and 3 Internet sources. The structure of the dissertation work is characterized by excellent consistency and logic in the exposition. There is a good balance in the volume of the three chapters, as well as between the individual paragraphs, as well as conclusions after each chapter.

The choice of the specific topic and the individual motives for the development of the dissertation work are very well justified. Undoubtedly, the topic is relevant and significant, as information and communication technologies play a key role in building relationships between tourism enterprises and their target groups. The object and subject of the study are correctly defined. The object of the scientific research is tourism enterprises, considered as

elements of the modern digital tourism ecosystem, in which communication takes place in a multi-channel and dynamic environment. The subject of the study is the communication policy of tourism enterprises in the conditions of digital transformation. Within the framework of the dissertation, through detailed theoretical-methodological and practical-applied research, the goal of the dissertation has been achieved, which is aimed at analyzing and evaluating the communication policy of tourism enterprises and destinations in the conditions of digital transformation by studying its impact on the behavior, perceptions and tourist experience of generation Z. To achieve the goal, the doctoral student defines six research tasks, which he achieves in the individual chapters of the presented doctoral thesis. The thesis formulated in the dissertation is 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 tourist experience." The presented thesis is defended by testing three hypotheses. To achieve the goals of the work, a methodological toolkit was used, including the application of a logical, historical, inductive-deductive and systematic approach. The scientific novelty and usefulness of the dissertation work is emphasized. The literature used includes contemporary and current titles in Cyrillic and Latin. It supports the in-depth critical analysis of the researched issues, the clarification of terminological clarifications and the conceptual apparatus. Throughout the scientific work, the literary sources were used conscientiously and correctly by the doctoral student, which allows his personal contribution to be highlighted.

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

The content of the work gives reason to indicate that the structure on which it is built allows to apply a consistent and logically grounded research approach. In terms of composition, each of the parts of the dissertation is completely complete and independent, which makes it possible to follow the overall problematic of the research. The obtained scientific and applied results in the dissertation work are contained in the introduction and the three chapters of the work.

The first chapter of the dissertation examines marketing and communication policy in tourism and leisure. She focuses on the theoretical clarification of marketing concepts in the

context of tourism and leisure. The key concepts and approaches that form the modern theoretical framework of marketing processes in the tourism industry are systematized. The role of free time as a key social factor for the development of tourism was examined, and an analysis was made of the socio-economic factors that influence the structure of free time and which are directly related to tourist behavior and motivation to travel. Special attention is paid to communication policy as part of marketing in tourism. Through the theoretical analysis, it was concluded that the communication policy fulfills an informational, persuasive, image and strategic function, through which the relationship between tourist organizations and their target audiences is built. Emphasis in the first chapter is placed on digitization in tourism. The conducted research confirms that the integration of artificial intelligence, big data (Big Data) and smart systems fundamentally transforms management in tourism and communication with customers. On the one hand, digital innovations optimize operational processes, enable personalization of the customer experience and stimulate the construction of smart destinations. On the other hand, this transition generates serious challenges, among them cyber security, social impact and the shortage of modern digital skills among the workforce.

The second chapter is devoted to national and regional tourism policy and marketing decisions. It presents the development of the national and regional tourism policy in Bulgaria, as well as the role of digitalization in the management and communication of tourist areas. The doctoral student's analysis leads to the conclusion that the national tourism policy functions as a complex structure of strategic, administrative and marketing instruments. Their main goal is to strengthen Bulgaria's competitive position on the international market and to guarantee the long-term and sustainable development of the entire industry. The historical development of the national tourism policy is followed, highlighting the specifics of the individual stages. The relationship between the development of tourism policy in Bulgaria and the historical and institutional changes in the country has been established. In the second chapter, attention is also paid to the regional tourism policy and organizations for the management of tourist areas, emphasizing their role in the development, management and promotion of regional tourism products and the development of competitive and sustainable tourist destinations. The emphasis in the second chapter of the dissertation is the analysis of the role of digitization in the management and communication of tourist areas. The results prove the key role of the system approach in the management of the sector. In it,

state strategic planning, local self-government and technological innovation act in synergy as inseparable components of the modern tourism ecosystem.

The practical applicability of the considered theoretical propositions in the first and second chapters are illustrated in the third chapter of the dissertation. In it, an author's model was built for improving the communication policy through digital solutions, on the example of the Tourist Region "Sofia". The analysis is based on an empirical quantitative approach and is aimed at investigating the effects of the application of digital solutions on the communication policy of the Sofia Tourist District. The main focus is placed on the obtained empirical results, which outline the specific profile of Generation Z regarding the choice between digital and conventional forms of interaction with the tourism business. The analysis indicates a definite superiority of digital communication, with a particular emphasis on highly visual social platforms. Key determinants of user behavior in this group are operability, ease of access to data and multimedia content. However, direct human contact retains its strategic importance, especially in the management of complex services and the formation of consumer trust.

The foregoing in this point of the review allows me to assert with conviction that the hypotheses formulated in the introduction of the dissertation work, have been fully achieved and proven. The results of the presented dissertation work fully prove the formulated thesis.

4. Evaluation of scientific and applied scientific contributions

In our opinion, the dissertation highlights the following 5 scientific and applied scientific contributions in the following areas:

- The causal relationship between leisure time, digital communications and changes in the consumer behavior of tourists is argued. The key socio-economic factors that determine the choice of tourist services in the modern digital environment are identified and classified.
- A critical analysis of the national and regional tourism policy of Bulgaria in the era of digital transformation is carried out. The specific features, current problems and potential opportunities for the communication strategies of destinations and Tourist Area Management Organizations (TARMOs) are defined.

- The leading trends and dependencies in the digitalization of tourist communications are revealed. The effect of the implementation of digital platforms, social networks, artificial intelligence (AI) and interactive technologies on the formation of consumer experience and behavior is assessed.
- An author's empirical study of Generation Z consumers in the Sofia tourist region has been carried out. The critical factors for choosing communication channels have been identified, as well as the mechanisms for building trust, satisfaction and loyalty (intention to revisit) to the destination.
- An original applied model has been designed for optimizing the communication policy of tourist enterprises and destinations through digital solutions. The model successfully integrates modern marketing paradigms, new technologies and the specific behavioral profile of Generation Z, in order to increase the competitiveness and sustainability of the business.

5. Evaluation of the publications on the dissertation

Angel Stoykov has presented 4 publications, 2 of which are co-authored, directly related to the topic of the dissertation. All scientific works have been published in authoritative national publications and reflect the scientific and applied scientific results achieved by the dissertation. They prove that there is an in-depth study of the problems that treat digitalization programs in the communication policy of tourism enterprises.

Although the doctoral student fully meets the minimum national requirements under Art. 2b, para. 2 and 3 of the ZRASRB for acquiring an educational and scientific degree "doctor", I would like to make one remark regarding the achieved number of points presented in the report on the minimum national requirements. The total real number of points achieved is 53.33, calculated as follows:

- ✓ 1 article co-authored by 3 authors, published in an international refereed journal with scientific review: 3.33 points;
- ✓ 1 independent scientific article: 15 points;
- ✓ 1 publication co-authored by 2 authors: 5 points;
- ✓ 1 study published in an academic scientific publication with scientific review: 30 points.

6. Evaluation of the abstract

The presented abstract in Bulgarian and English has a total volume of 97 pages. It reveals the most significant moments of the dissertation work, which reflect its content. The indicated scientific contributions are correctly formulated. The abstract facilitates reading and easy perception of the content of the dissertation work. The separately presented declaration of originality confirms that the dissertation is a completely author's product and that the copyrights of other publications and developments have not been violated during its development.

7. Critical notes, recommendations and questions

Considering the merits of the presented dissertation work, I have no significant critical notes towards doctoral student Angel Stoykov. For the purpose of a worthy defense, I would like to pose the following question:

Digitalization is often associated with automation of processes (for example, chatbots, automated email campaigns). How does your proposed communication model resolve the conflict between the pursuit of higher digital efficiency and the need for deep personalization and a “human approach”, which are critically important for building trust in the tourism industry?

8. Conclusion

The dissertation work developed by Angel Todorov Stoykov meets the content, volume and structure of the requirements for acquiring the educational and scientific degree “doctor”, regulated in the Act on the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria and the Regulations for its implementation. I confidently give a positive assessment of the dissertation work, the abstract and the publications presented by the dissertation candidate. I believe that the achieved results are of the nature of scientific and applied contributions to the development of digitalization for the communication policy of tourism enterprises. I recommend to the Honorable members of the scientific jury to award the educational and scientific degree of "doctor" to Angel Todorov Stoykov - doctoral student in the Department of Tourism Economics at the Faculty of Infrastructure Economics at the University of National and World Economy - Sofia.

17.06.2026

Sofia

Signature:

(Associate Professor Dr. Asya Pandzherova)