



До председателя на Научното жури  
по конкурс за придобиване на ОНС „доктор”  
проф. д-р В. Казанджиева

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ ВАРНА

Вх. № РД20-849/19.05.2026г.

## РЕЦЕНЗИЯ

от доц. д.н. Вилиян Кръстев, определен като рецензент на Научно жури съгласно  
заповед РД-06-82/06.04.2026 г. на Ректора на ИУ – Варна  
относно: дисертационен труд за придобиване на ОНС „Доктор” по ПН 3.9 Туризъм  
на тема: „Усъвършенстване имиджа на курортен комплекс на емитивен туристически  
пазар (по примера на к.к. „Боровец“ на британския пазар)”

### 1. Информация за кандидата

Мария Пейчева Унджиева е родена през 1967 г. в София. Възпитаник е на ИУ–Варна, като през 2018 г. придобива ОКС „бакалавър”, а през 2019 г. ОКС „магистър” в ПН 3.9. „Туризъм”. През 03.02.2020 г., след спечелен конкурс, е назначена в редовна докторантура по докторска програма „Икономика и управление (туризъм)”, която завършва през 03.02.2023 г. с право на защита в срок от пет години. М. Унджиева има богат професионален опит в сферата на туризма като летищен, оперативен и регионален мениджър в различни фирми от 1989 г. насам. От 2020 г. до днес тя заема позиция на учител по практическо обучение в Софийската професионална гимназия по туризъм. Дисертантката е изпълнила всички изисквания по ЗРАСРБ. Дисертационният труд е обсъден и насрочен към откриване на процедура за защита на заседание на КС на катедра



„Икономика и организация на туризма” на ИУ–Варна, проведено на 23.03.2026 г.

## **2. Съдържание и структура на дисертационния труд**

Дисертационният труд включва: увод, три глави, заключение, списък на литературата и 7 приложения. Структурната последователност на всички части е логически спазена; теоретико-методологичната постановка на проблема предшества и кореспондира с фактологията и анализа в разработеното дисертационно изследване.

Първа глава е посветена на теоретични постановки, засягащи имиджа на дестинацията с препратка към разнообразие на елементите, които го структурират. Обхванати са широк кръг от трактовки и дефиниции на водещи автори по тематиката. Изведени и обяснени в детайли са елементите на туристическия имидж като важен нематериален ресурс с препратка към символичния капитал и неосезаемата стойност на определени ценности. Съставен е концептуален модел на имиджа на планинска туристическа дестинация. Трябва да се отбележи обаче, че авторският модел има портретно съставена структура, което размива белезите на системност. При така заложен модел изследването се ориентира към изучаване на отделните елементи, но не и на техните взаимозависими, нелинейни (синергитични) връзки, формиращи туристическия имидж.

Втора глава засяга имиджа на к.к. „Боровец” на британския пазар. Направена е подробна физикогеографска характеристика на Рила от гледна точка на туристическия комфорт с препратка към потенциала на к.к. „Боровец”. Изведени са преимуществата и недостатъците на курорта от планинската му локация. Проведено е емпирично изследване на британския емитивен пазар с ориентация към планинския туризъм, базирано върху



показатели на културно-демографския и икономическия профил на британските туристи. Изследването приемам за оригинално и съответстващо на предмета и целта на дисертацията. То поема основната тежест от дисертационния труд и дава необходимата добавена стойност за научен принос. Направена е оценка на имиджа на к.к. „Боровец” в стереотипните представи на британските туристи посредством анкетно проучване, което е сегментирано по различни показатели и отразява по адекватен начин нагласите на потребителите към различни елементи, формиращи имиджа на к.к. „Боровец”. За открояване на типичните черти на курорта в стереотипен план е направена сполучлива сравнителна характеристика с основните конкуренти на национално ниво – к.к. „Пампорово” и град Банско.

Трета глава е посветена на перспективите за усъвършенстване на символичния потенциал на к.к. „Боровец” на британския пазар. За усъвършенстване качеството на обслужването са заимствани добри практики от сходни дестинации в Австрия, Швейцария и Франция. Изведени са конкретни препоръки от прагматичен спрямо нагласите и очакванията на пазара характер за повишаване на конкурентоспособността на имиджа на к.к. „Боровец”.

### **3. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд и автореферата**

Структурната последователност на труда залага адекватна последователност на решаването на научен проблем от подобен ранг. Текстът в дисертацията е на приемлив научен стил, но не липсват и абзаци на публицистично излагане на мисълта (в §2.1. на Втора глава). Цитирането на използваните източници е по БДС, избран вариант под линия. Някои от



източниците обаче са непълни и неточни от гледна точка на съвпадение на всички реквизити в оригинал (място на издаване, издателство, година). Обхванат е сравнително широк диапазон от произведения, пряко засягащи темата на труда. Авторефератът отразява основните части и изводи от дисертационното изследване. В дисертационния труд и автореферата не е констатирано плагиатство.

#### **4. Публикации и участие в научни форуми**

Към дисертационния труд са депозирани четири научни публикации (две статии и два доклада), които са тематично свързани с него и свидетелстват за оповестяване на научните му резултати. Всички са публикувани в специализирани научни издания. С тях се изпълняват минималните национални изисквания по ЗРАСРБ.

#### **5. Бележки към дисертационния труд**

В методологично отношение изследователският модел е трябвало да бъде по-старателно премислен. В сегашния му вид той косвено наподобява представите за система, към каквато е квалифициран. За да се разглежда като система един модел следва да се откроява, първо, с последователност във взаимодействието на елементите, второ – йерархичност.

Сравнително слабо засегнато е въздействието на информацията в дигиталните платформи за комуникационен обмен по отношение на формиране представи за влиянието на имиджа на дестинациите. При условие, че живеем в дигитален свят имиджът на много дестинации днес се формира и моделира като резултат от сложно преплетени дистрибуционни връзки на предлагането и търсенето в платформите за туристически резервации и социалните мрежи. Хилядите, а при някои дестинации и



милионни ежедневни маркирания (тагвания) на местата върху геолокализирана информация (в „Booking“, „Facebook“, „Instagram“, „Airbnb“ и т.н.) са способни да фаворизират имиджа им много бързо, за сметка на отслабването на стереотипните представи за други дестинации. Трябва да се има предвид също така, че този процес е в прерогативите на определени субекти (икономически, институционални), които властват върху информационната среда и изхождат от икономически си интереси.

Схемите на чужди автори (особено в теоретичния раздел на Първа глава), които нямат пряко значение върху изследователския процес, е трябвало да бъдат редуцирани. Много по-удачен вариант за дисертационно изследване в случая би бил само коментар на виждането на автора по съответния проблем с препратка на цитиране.

На много места в изложението на трите глави се забелязва изброяване на различни елементи, фактори и функции посредством номерация и табулатори, което „накъсва“ текста и го лишава от авторски принос. Структурата на текста в някои параграфи наподобява повече на справочник, а обяснителният анализ – обратно – е силно ограничен.

Във втора глава подаваната информация от физикогеографски характер за Боровец е трябвало да се съгласува по-декларативно с туристическото значение на курорта. Например климатичната характеристика да е обвързана с продължителността на туристическия сезон; наличието на върхове, езера, защитени територии в съседство да подчертава туристическото разнообразие и възможностите за съчетание на зимните спортове с по-„меки“ форми на туризъм. В сегашния вид на този раздел от главата властва повече механистичното изброяване на факти.

Повечето от предложенията в Трета глава имат пожелателен характер (без предложение за конкретен механизъм или последователност на



процеса, по който да се развие тяхната реализация) и липсва степенуване на значението им за изграждане на имидж на курорта.

## **6. Заключение**

Съобразно авторския принос на дисертанта в емпиричното изследване на дисертационния труд и спазения законов регламент по процедурата за защита давам положителна оценка за присъждане на ОНС „доктор” на Мария Пейчева Унджисва.

Варна,

19.05. 2026 г.

  
доц. д.н. В. Кръстев

## РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд за придобиване на ОНС „доктор“

Област на висше образование: **3. Социални, стопански и правни науки**

Професионално направление: **3.9. Туризъм**

Научна специалност: **Икономика и управление /туризъм/**

по процедура, обявена от Икономически университет - Варна

### 1. Обща информация

**Изготвил рецензията:** доц. д-р Венцислав Статов Статов

**Основание за написване на рецензията:** Заповед № РД-06-82 от 06.04.2026 г. на Ректора на ИУ - Варна и решение от заседание на Научното жури от 30.04.2026 г.

**Автор на дисертационния труд:** докторант Мария Пейчева Унджиева с научен ръководител проф. д-р Стоян Маринов.

**Тема на дисертационния труд:** „Усъвършенстване имиджа на курортен комплекс на емитивен туристически пазар /по примера на к.к. „Боровец“ на британския пазар/“

### 2. Данни за дисертанта

Мария Пейчева Унджиева е обучавана като редовен докторант в докторска програма „Икономика и управление (Туризъм)“ в ИУ - Варна. Зачислена е към катедра „Икономика и организация на туризма“ за срок от три години в периода 2020/2023 г. и е отчислена с право на защита в срок от пет години, считано от 03.02.2023 г. По време на обучението си докторантът взема успешно всички изпити от докторантския минимум. Съгласно справка-декларация /по чл. 26, ал.2 из от ЗРАСРБ/, по време на обучението си докторант Мария Пейчева Унджиева е написала 1 статия, издадена в българско издание и 3 доклада, изнесени на значими български форуми. Докторант Мария Пейчева Унджиева **успява да изпълни всички заложи задачи в индивидуалния си план** и е отчислена в срок.

Мария Пейчева Унджиева придобива ОКС „бакалавър“ по специалност „Туризъм“ в Икономически университет Варна през 2018 г. Година по-късно, през 2019 г. Мария Пейчева Унджиева завършва ОКС „магистър“ по специалност „Международен туристически бизнес“ в ИУ - Варна. Отново в ИУ - Варна успешно е взела диплома за учител /Диплома № 9656/29.11.2019 г./

Мария Пейчева Унджиева има близо 29 годишен стаж в сектор „туризъм“ - заемала е управленски позиции. Извън сферата на туризма, Мария Пейчева Унджиева е работила 6 години като учител в Софийската професионална гимназия по туризъм.

Представените обстоятелства и приложените документи показват, че са спазени изискванията на чл. 19, чл. 23, чл. 25, чл. 26, чл. 27 и чл. 28 от Правилника на ИУ - Варна и Мария Пейчева Унджиева има право да се яви на защита на своя дисертационен труд.

### **3. Общо представяне на дисертационния труд**

Дисертационният труд се състои от увод 8 страници, изложение в три глави 176 страници, заключение 5 страници, списък на използваната литература 13 страници. Основният текст съдържа 16 таблици, 41 фигури и 7 диаграми. Списъкът на използваните източници се състои от 148 информационни източника, в т.ч. 67 литературни източника и 43 интернет сайтове. Към дисертационния труд има 7 приложения.

Общото представяне на дисертационния труд налага да се открият следните по-важни моменти:

**Актуалност:** Във фокуса на дисертационния труд на докторант Мария Пейчева Унджиева е имиджът на курортен комплекс /к.к./ „Боровец“ през призмата на входящия туризъм в България от Обединеното кралство – Великобритания и Северна Ирландия. Туристическият имидж на дестинация има актуално звучене в условията на глобална конкуренция, ускорена дигитализация и динамични потребителски нагласи. Характерна черта на планинските курорти е чувствителността им към различни фактори /в т.ч. сезонност, климатични промени, качество на инфраструктурата и устойчивост на туристическото предлагане/, което прави управлението на имиджа им важна стратегическа цел. В този контекст на разсъждения, необходимостта от целенасочено управление на имиджа на к.к. „Боровец“ придобива особена актуалност в турбулентното десетилетие, през което човечеството преминава. К. к. „Боровец“ е една от най-старите и разпознаваеми зимни дестинации в България, с дългогодишно присъствие на британския пазар и утвърдена репутация като достъпна и природно привлекателна ски дестинация. Дестинацията полага усилия да задържи позициите си на един от най-конкурентните европейски пазари за зимен туризъм.

**Научноизследователска цел и задачи:** декларираният стремеж на к.к. „Боровец“ е основа за формулирането на целта на дисертационния труд, а именно: на основата на разработване и прилагане на интегриран модел за оценка на имиджа на планинска туристическа дестинация на емитивен пазар по примера на к.к. „Боровец“ на британския емитивен пазар, да се изведат насоки за неговото усъвършенстване. Определени са пет изследователски задачи, които следват логиката на съдържанието и способстват за постигането на научноизследователската цел.

**Предметът и обектът на изследване са логично изведени от целта.** Изследователската теза, която конкретизира същността и насоките на научното изследване, обвързва успешното усъвършенстване на имиджа на к.к. „Боровец“ сред британските туристи чрез прилагане на интегриран управленски и маркетингов модел, основан на емпирични данни и стратегически подход. Доказването на тезата се реализира чрез проверка на четири работни хипотези.

**Изследователски инструментариум.** За постигане целта на разработката и изпълнение на произтичащите от нея задачи е избран и приложен успешно комбиниран методологичен подход, включващ 6 отделни елемента /в т.ч. статистическа обработка с SPSS/. Коректно са посочени ограниченията на изследването, макар някои елементи от тях да имат дискуссионен характер /например фокусирането само върху задълбочени научни разработки по тематиката на дисертационния труд/.

**Библиография:** Използвани са общо 148 информационни източника, в т.ч. 42 източника на кирилица, 63 източника на латиница и 43 интернет страници. Количествената и качествената структура на използваната библиография показва, че докторантът е запознат в дълбочина с релевантните литературните източници по изследваната тематика. Преобладават съвременни източници, подходящо подбрани, правилно интерпретирани и коректно цитирани.

#### **4. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд**

Структурата на научната разработка съответства на поставената цел и изследователските задачи.

В ПЪРВА ГЛАВА на дисертационния труд, озаглавена „Теоретични основи на имиджа на туристическата дестинация“ се открояват четири основни параграфа, оформени като обособени точки.

В първа точка, с наименование „Понятие за имидж на туристическа дестинация“, се представя концептуалната рамка на две понятия - „туристическа дестинация“ и „имидж“. За понятието „туристическа дестинация“ е проследена интерпретацията му в научната литература през годините. Вариациите на интерпретацията на понятието са групирани по обособени признаци, както следва: географски, структурно-съдържателен, функционален и резултативен. За понятието „имидж“ са проследени основните му тълкувания, освен в научната литература и в тълковните речници. „Имиджът“ на туристическата дестинация е разгледан в дисертационния труд като комплекс от възприятия, емоции и оценки, които оформят очакванията и поведението на туристите. Определя се като ключов фактор за формиране конкурентоспособността на дестинацията и е основа за нейното пазарно позициониране.

Във втора точка, с наименование „Имиджова характеристика на туристическа дестинация“, са систематизирани основните характеристики, формиращи имиджа на туристическа дестинация и определят начина, по който тя се възприема от туристите. Природните и антропогенните ресурси, с които разполага една дестинация, са разгледани като ядро на туристическа привлекателност /съгласно Д. Еврев/. Анализирани са материалните и нематериалните елементи на „имиджа“, включително идентичността, атмосферата, гостоприемството, сигурността и устойчивите практики.

В трета точка, с наименование „Концептуален модел за формиране на имиджа на планинска туристическа дестинация“ е предложен модел, който стъпва върху съществуващи теоретични подходи, адаптирани към спецификата на планински курорт. Включени са ресурсните, инфраструктурните, маркетинговите, социално-психологическите и устойчивите елементи, оформящи цялостния образ на

дестинацията. Разработеният концептуален модел служи като аналитична рамка за емпиричното изследване, позволяващо системно оценяване имиджа на планинска дестинация и идентифициране на факторите, които определят нейното възприемане на емитивните пазари.

В четвърта точка, с наименование *„Методика и инструментариум за изследване на имиджа на планинска туристическа дестинация“* е представена методологичната рамка, използвана за изследване на „имиджа“ на планинска туристическа дестинация, като се обосновава изборът на подходи, методи и инструменти. Описан е методологичен подход, комбиниращ количествени и качествени изследователски техники, съобразени със спецификата на „имиджа“, като комплексно и многопластово явление. Представени са основните етапи на изследователския процес *в т.ч. разработването на анкетно проучване сред британски туристи, интервюта с представители на туристическия бизнес и сравнителен /бенчмарк/ анализ спрямо конкурентни планински дестинации*. Обосновава се изборът на анкетния метод като основен инструмент за измерване възприятията на туристите, като се подчертава неговата приложимост при оценка на когнитивните, емоционалните и поведенческите компоненти на „имиджа“. Представени са аргументи за включването на интервюта с експерти, които допълват количествените данни чрез експертни оценки на туроператори и представители на туристическия сектор. Описано е и използването на сравнителен анализ, който позволява сравнението на к.к. „Боровец“ с други български планински курорти. Представени са използваните инструменти за обработка и визуализация на данните *в т.ч. статистически методи, таблици, фигури и диаграми*, които подпомагат интерпретацията на получените резултати.

Във **ВТОРА ГЛАВА** на дисертационния труд, озаглавена *„Анализ на имиджа на к.к. „Боровец“ на британския пазар“* е направен задълбочен анализ на имиджа на к.к. „Боровец“ като планинска туристическа дестинация на британския емитивен пазар. Разгледана е системата: *„характеристиките на дестинацията - особеностите на британския пазар - резултати от проведено емпирично изследване“*, като са проследени факторите, формиращи възприятието за курорта и влиянието им върху неговата конкурентоспособност. Анализът е визуализиран адекватно с климатични диаграми, карти, таблици и фигури. Главата е структурирана в четири точки, като **първа** точка с наименование *„Характеристика на к.к. „Боровец“, като планинска туристическа дестинация“* има пет подточки, **втора** точка *„Характеристика на британския емитивен пазар за планински туризъм“* има две подточки, **трета** точка *„Анализ на имиджа на к.к. „Боровец“, като планинска туристическа дестинация“* е с две подточки, а последната **четвърта** точка *„Сравнителна характеристика на имиджа на к.к. „Боровец“, Банско и к.к. „Пампорово“, като планински туристически дестинации на британския пазар“* е самостоятелна.

В **ТРЕТА ГЛАВА** на дисертационния труд, озаглавена *„Насоки за усъвършенстване имиджа на к.к. „Боровец“ като планинска дестинация на британския пазар“* са формулирани стратегически насоки за подобряване имиджа на к.к. „Боровец“, като планинска туристическа дестинация на британския пазар. Предложенията се основават на резултатите от проведеното анкетно проучване сред британски туристи, интервюта с ключови представители на водещи британски туроператори и сравнителния анализ на конкурентни дестинации. Въз основа на тези

емпирични данни са идентифицирани ключови фактори */групирани в четири направления/*, основа за формиране възприятието на туриста за к.к. „Боровец“ и определящи конкурентоспособност на к.к. „Боровец“ на британския пазар. В заключение на главата се подчертава, че усъвършенстването на имиджа на к.к. „Боровец“ изисква интегриран подход, който обединява модернизация на туристическия продукт, устойчиво управление, високо качество на услугите и стратегическа ценова политика.

Не на последно място трябва да се отбележи, че задълбоченото познаване на проблематиката, прецизната логическа връзка между теоретичните разсъждения и изводите от проведеното емпирично проучване, както и познаването на добрите практики в изследваната област позволяват на докторанта да формулира обосновани насоки, явяващи се основа за изграждане на конкурентоспособен, устойчив и разпознаваем имидж на к.к. „Боровец“ на британския пазар.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕТО** обобщава изпълнението на изследователските задачи и подчертава приносните моменти на научната разработка. В структурно и съдържателно отношение, изложението в дисертационния труд напълно кореспондира с поставената научноизследователска цел и задачи. Постигнати са добра логическа последователност на отделните структурни елементи. Стилът на изложението е стегнат и точен, използван е разбираем научен език. И четирите хипотези, формулиране в началото на дисертационния труд се потвърдени.

**АВТОРЕФЕРАТЪТ** отразява точно и пълно съдържанието на представения за рецензиране труд.

##### **5. Научни и научно-приложни приноси**

Представената справка за приносите на дисертационния труд съдържа седем позиции, които според автора на настоящата рецензия могат систематизирано да бъдат представени, както следва:

**Теоретичният принос** на дисертационния труд се фокусира върху понятието *„имидж на туристическа дестинация“*, като адаптира международни теоретични модели към български условия и предлага нови подходи за анализ на планински туристически дестинации.

**Методико-приложният принос** е свързан с разработването на интегрирана рамка за анализ на имиджа на планинска туристическа дестинация, която обединява ключови компоненти и фактори, свързани с устойчивост, качество на услугите и ценова политика */в т.ч. модел, основан на възприятието за стойност и специфичните нагласи на британските туристи/*. Методико-приложният принос е разработен на основа проведено пилотно емпирично проучване върху удовлетвореността, намеренията за повторно посещение и възприятието за стойност */value-for-money/* за нагласи към к.к. „Боровец“ на британски туристи и представители на водещи туроператори от една страна и анализ на ключовите конкурентни предимства на к.к. „Боровец“ */в т.ч. природни ресурси, традиции в зимните спортове, достъпност и разпознаваемост/* от друга.

**Практико-приложният принос** на представения за рецензиране дисертационен труд се състои във формулирани четири стратегически направления за усъвършенстване

имиджа на к.к. „Боровец“ и са разписани конкретни препоръки за целогодишно развитие на курорта, устойчиво управление на ресурсите, дигитализация на туристическите услуги, стандартизация на качеството /Borovets Quality Standard/ и адаптирани маркетингови подходи към британския пазар.

След анализа на дисертационния труд потвърждавам посочените от докторант Мария Пейчева Унджиева приноси, което е в съответствие с чл. 6, ал. 3 от ЗРАСРБ.

#### **6. Публикации по дисертационния труд**

Докторант Мария Пейчева Унджиева е представила списък с четири публикации по дисертационния труд, в т. ч. три доклада и една статия. Публикациите са тясно свързани с тематиката на дисертационния труд, отразяват съществени негови части и му придават достатъчна публичност. Обемът на научната публикация на докторанта и характерът на изданията съответстват на условията и реда за придобиване на ОНС „доктор“. Според приложената справка за съответствие с минималните национални изисквания по Правилника за прилагане на ЗРАСРБ докторантът покрива необходимия брой точки за придобиване на ОНС „доктор“.

#### **7. Критични бележки и препоръки**

В представения за рецензиране дисертационен труд на докторант Мария Пейчева Унджиева съществени теоретични, логични и методически грешки не могат да бъдат констатирани. Допуснати са присъщи на подобен род разработки неточности, предимно от технически характер. Бих препоръчал на докторанта, заедно с подкрепата на катедра „Туризм“ към ИУ - Варна, да организират подходящия тип форум, на който да запознаят ръководните органи на к.к. „Боровец“ с достиженията на дисертационния труд.

#### **8. Въпроси към докторанта**

1. Доколко универсално приложими са научните достижения на настоящия дисертационен труд за зимни туристически курорти?

2. Кой/и друг/и емитивен/и пазар/и *(освен британският)* според докторантката е/са от съществена важност за успешната целогодишна заетост на к.к. „Боровец“?

#### **9. Заключение**

Като се основавам на положителната оценка на дисертационния труд, както и на научните и научно-приложни достижения на докторанта, предлагам на уважаемите членове на Научното жури да вземат положително решение за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по ПН 3.9 „Туризм“, научна специалност „Икономика и управление /Туризм/“ на докторант Мария Пейчева Унджиева.

19.05.2026 г.

Велико Търново

Рецензент:

/доц. д-р Венцислав Статов/  
