



Председателю научного жюри
конкурса на соискание ученой степени
«кандидата экономических наук»
к.э.н., профессору В. Казанджиевой

РЕЦЕНЗИЯ

подготовлена доктором социальных наук, доцентом Вилияном Крыстевым, назначенный рецензентом Научного жюри в соответствии с РД-06-82/06.04.2026 г. ректора Экономического университета Варны по диссертации на соискание ученой степени «кандидата экономических наук» по специальности 3.9 «Туризм» на тему: «Улучшение имиджа курортного комплекса на эмитентном туристском рынке (по примеру курорта «Боровец» на британском рынке)»

1. Информация о кандидате

Мария Пейчева Унджиева родилась в 1967 г. в Софии. Она окончила Экономический университет Варны, где в 2018 году получила степень бакалавра, а в 2019 году – степень магистра в области туризма. 03.02.2020 года, после участия в конкурсе, зачислена на очное обучение в аспирантуру по программе «Экономика и менеджмент (туризм)», которую заканчивает 3 февраля 2023 года с правом защиты в течении пяти лет. М. Унджиева обладает обширным профессиональным опытом в сфере туризма, работая с 1989 года в качестве аэропортового, оперативного и регионального менеджера в различных компаниях. С 2020 года по настоящее время она занимает должность преподавателя практического обучения в Софийской профессиональной школе туризма. Аспирант выполнил все требования,



установленные по Закону (ЗРАСРБ). Диссертационная работа была обсуждена и назначена к защите на заседании совета кафедры «Экономика и организация туризма» Экономического университета Варны, состоявшемся 23.03.2026 г.

2. Содержание и структура диссертационной работы

Диссертация включает в себя: введение, три главы, заключение, список литературы и 7 приложений. Структурная последовательность всех частей логически соблюдена; теоретическая и методологическая формулировка проблемы предшествует фактологии и анализу, представленным в разработанном диссертационном исследовании, и соответствует им.

Первая глава посвящена теоретическим положениям, касающимся имиджа дестинации, с учетом многообразия элементов, формирующие его. В работе рассматривается широкий спектр интерпретаций и определений, предложенных ведущими авторами по данной теме. Подробно рассматриваются и объясняются элементы туристского имиджа как важного нематериального ресурса, с учетом символического капитала и нематериальной стоимости определенных ценностей. Составлена концептуальная модель имиджа горной туристской дестинации. Следует, однако, отметить, что модель автора обладает портретной структурой, что размывает признаки систематичности. При наличии такой модели исследование ориентировано на изучение отдельных элементов, но не их взаимозависимых, нелинейных (синергетических) связей, формирующих туристский имидж.

Вторая глава посвящена имиджу курортного комплекса «Боровец» на британском рынке. Проведено подробное физико-географическое описание Рилы с точки зрения комфорта туристов и с учетом потенциала курортного



комплекса «Боровец». Преимущества и недостатки курорта обусловлены его горным расположением. Проведено эмпирическое исследование британского эмитентного рынка с ориентацией на горный туризм на основе показателей культурно-демографического и экономического профиля британских туристов. Я считаю, данное исследование оригинальным и соответствующим теме и цели диссертации. Оно берет на себя основную нагрузку диссертационной работы и обеспечивает необходимую дополнительную ценность для научного вклада. Оценка имиджа курортного комплекса «Боровец» в стереотипных представлениях британских туристов проведена посредством опроса, сегментированного по различным показателям и адекватно отражающего отношение потребителей к различным элементам, формирующим имидж курорта «Боровец». Для того, чтобы стереотипно подчеркнуть типичные особенности курорта, была проведена успешная сравнительная характеристика с основными конкурентами на национальном уровне – курортным комплексом «Пампорово» и городом Банско.

Третья глава посвящена перспективам повышения символического потенциала курорта «Боровец» на британском рынке. Для повышения качества обслуживания были заимствованы передовые методы работы из аналогичных курортов Австрии, Швейцарии и Франции. Разработаны конкретные рекомендации прагматичного характера, касающиеся отношения рынка и ожиданий, с целью повышения конкурентоспособности имиджа курорта «Боровец».

3. Оценка структуры и содержания диссертации и автореферата

Структурная последовательность работы устанавливает адекватную последовательность для решения научной проблемы аналогичного уровня.



Текст диссертации написан в приемлемом научном стиле, но также содержит абзацы, представляющие собой публицистское изложение мысли (в §2.1. главы второй). Ссылки на использованные источники приведены в соответствии с Болгарским государственным стандартом, с выбранной опцией сносок. Однако, некоторые источники являются неполными и неточными с точки зрения соответствия всем деталям оригинала (место публикации, издательство, год). Рассматривается относительно широкий круг работ, непосредственно связанных с темой диссертации. Автореферат отражает основные положения и выводы диссертационного исследования. Плагиата в диссертационной работе и автореферате не обнаружено.

4. Публикации и участия в научных форумах

Вместе с диссертационной работой представлены четыре научные публикации (две статьи и два доклада), тематически связанные с ней и свидетельствующие о раскрытии ее научных результатов. Все они опубликованы в специализированных научных изданиях. Публикации соответствуют минимальным национальным требованиям по Закону (ЗРАСРБ).

5. Заметки к диссертации

С методологической точки зрения, модель исследования следовало бы продумать более тщательно. В своем нынешнем виде она косвенно напоминает систему, для которой предназначена. Чтобы модель считалась системой, она должна отличаться, во-первых, согласованностью во взаимодействии элементов, и, во-вторых, иерархичностью.

Влияние информации, распространяемой на цифровых платформах для обмена информацией, на формирование представлений о имидже



дестинации относительно слабое. В условиях сегодняшнего сетевого мира имидж многих туристских направлений формируется и моделируется в результате сложных взаимосвязей спроса и предложения на платформах бронирования путешествий и в социальных сетях. Тысячи, а в некоторых местах и миллионы ежедневных отметок мест в геолокализованной информации (в приложениях «Booking», «Facebook», «Instagram», «Airbnb» и т.д.) способны очень быстро улучшить их имидж, ослабляя при этом стереотипные представления о других дестинациях. Следует также учитывать, что этот процесс является прерогативой определенных субъектов (экономических, институциональных), которые доминируют в информационной среде и руководствуются своими экономическими интересами.

Следует сократить количество схем иностранных авторов (особенно в теоретическом разделе первой главы), которые не имеют прямого отношения к исследовательскому процессу. В данном случае гораздо более подходящим вариантом для диссертационного исследования был бы просто комментарий автора к соответствующей проблеме с указанием источника.

Во многих местах в изложении трех глав можно заметить перечисление различных элементов, факторов и функций с помощью нумерации и закладок, что «разбивает» текст и лишает его авторского вклада. Структура текста в некоторых абзацах больше напоминает справочник, а пояснительный анализ, наоборот, весьма ограничен.

Во второй главе представленная информация о «Боровец», имеющая физико-географическую природу, должна была быть более четко соотнесена с туристской значимостью курорта. Например, климатическая характеристика должна быть связана с продолжительностью туристского сезона; наличие вершин, озер и охраняемых территорий в окрестностях



должно подчеркивать разнообразие туристского потока и возможности сочетания зимних видов спорта с «более мягкими» формами туризма. В нынешнем виде этого раздела главы преобладает более механическое перечисление фактов.

Большинство предложений в третьей главе носят скорее желаемый характер (без указания конкретного механизма или последовательности процесса их реализации), и в них не определена степень их важности для формирования имиджа курорта.

6. Заключение

В соответствии с вкладом автора в эмпирическое исследование диссертационной работы и соблюдением правовых норм, регулирующих процедуру защиты, я даю положительную оценку для присуждения Марии Пейчевой Унджиевой ученой степени «кандидата экономических наук».

г. Варна,
19.05. 2026 г.


доктор социальных наук, доц. В. Крыстев

REVIEW

of a dissertation thesis for the award of the educational and scientific degree "Doctor"

Field of Higher Education: **3. Social, Economic and Legal Sciences**

Professional Field: **3.9. Tourism**

Scientific Specialty: **Economics and Management (Tourism)**

under a procedure announced by the University of Economics – Varna

1. General Information

Reviewer: Assoc. Prof. Ventsislav Statev Statev, PhD

Grounds for preparing the review: Order No. RD-06-82 dated 06.04.2026 of the Rector of the University of Economics – Varna and decision of the Scientific Jury meeting held on 30.04.2026.

Author of the dissertation thesis: PhD candidate Maria Peycheva Undzhieva, supervised by Prof. Stoyan Marinov, PhD.

Title of the dissertation thesis: "Improving the Image of a Resort Complex on an Emitting Tourist Market (The Case of Borovets Resort on the British Market)"

2. Information about the PhD Candidate

Maria Peycheva Undzhieva was enrolled as a full-time PhD candidate in the doctoral programme "Economics and Management (Tourism)" at the University of Economics – Varna. She was assigned to the Department of Tourism Economics and Organization for a three-year period during 2020–2023 and was dismissed with the right to defense within a five-year term starting from 03.02.2023. During her studies, the PhD candidate successfully passed all examinations included in the doctoral minimum requirements.

According to the declaration report (under Art. 2b, para. 2 and 3 of the Academic Staff Development Act in the Republic of Bulgaria), during her doctoral studies Maria Peycheva Undzhieva authored **one article** published in a Bulgarian edition and three conference papers presented at significant Bulgarian scientific forums. The PhD candidate successfully fulfilled all tasks included in her individual study plan and completed the programme within the required term.

Maria Peycheva Undzhieva obtained a Bachelor's degree in Tourism from the University of Economics – Varna in 2018. One year later, in 2019, she completed a Master's degree in International Tourism Business at the same university. Again at the University of Economics – Varna, she also successfully obtained a teaching qualification diploma (Diploma No. 9656/29.11.2019).

Maria Peycheva Undzhieva has nearly 29 years of professional experience in the tourism sector, including managerial positions. Outside the tourism sphere, she worked for six years as a teacher at the Sofia Vocational High School of Tourism.

The presented facts and attached documents demonstrate compliance with the requirements of Art. 19, Art. 23, Art. 25, Art. 26, Art. 27 and Art. 28 of the Regulations of the University of Economics – Varna, and Maria Peycheva Undzhieva is eligible to defend her dissertation thesis.

3. General Presentation of the Dissertation Thesis

The dissertation thesis consists of an introduction of 8 pages, three chapters comprising 176 pages, a conclusion of 5 pages, and a bibliography of 13 pages. The main text contains 16 tables, 41 figures and 7 charts. The list of references includes 148 information sources, among which 67 literary sources and 43 internet sites. The dissertation also includes 7 appendices.

The following more significant aspects should be highlighted regarding the dissertation thesis:

Relevance of the Topic: The dissertation thesis of Maria Peycheva Undzhieva focuses on the image of Borovets resort through the prism of inbound tourism to Bulgaria from the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland. The tourist image of a destination is highly relevant in the context of global competition, accelerated digitalisation and dynamic consumer attitudes. A characteristic feature of mountain resorts is their sensitivity to various factors, including seasonality, climate change, infrastructure quality and sustainability of the tourism offering, which makes image management an important strategic objective. In this context, the need for purposeful management of the image of Borovets resort acquires particular relevance in the turbulent decade humanity is experiencing. Borovets is one of the oldest and most recognizable winter destinations in Bulgaria, with a long-standing presence on the British market and an established reputation as an affordable and naturally attractive ski destination. The destination is making efforts to maintain its position on one of the most competitive European markets for winter tourism.

Research Aim and Objectives: The declared aspiration of Borovets resort forms the basis for defining the aim of the dissertation thesis, namely: based on the development and application of an integrated model for assessing the image of a mountain tourist destination on an emitting market, using the example of Borovets resort on the British emitting market, to formulate guidelines for its improvement. Five research tasks have been identified, following the logic of the content and contributing to the achievement of the research aim.

The subject and object of the study are logically derived from the aim. The research thesis, which specifies the essence and direction of the scientific study, links the successful improvement of the image of Borovets resort among British tourists with the application of an integrated managerial and marketing model based on empirical data and a strategic approach. The thesis is validated through the testing of four working hypotheses.

Research Methodology: In order to achieve the aim of the study and fulfil the related tasks, a combined methodological approach including six separate elements (including statistical processing with SPSS) was successfully selected and applied. The limitations of the

study are correctly outlined, although some elements may be considered debatable (for example, the focus solely on in-depth scientific studies related to the dissertation topic).

Bibliography: A total of 148 information sources were used, including 42 sources in Cyrillic, 63 in Latin script and 43 internet pages. The quantitative and qualitative structure of the bibliography demonstrates that the PhD candidate possesses in-depth knowledge of the relevant literature on the studied topic. Predominantly contemporary sources have been used, appropriately selected, correctly interpreted and properly cited.

4. Assessment of the Structure and Content of the Dissertation Thesis

The structure of the dissertation corresponds to the stated aim and research objectives.

The first chapter, entitled "Theoretical Foundations of the Image of a Tourist Destination", consists of four main sections.

The first section, "Concept of Tourist Destination Image", presents the conceptual framework of the notions "tourist destination" and "image". The interpretation of the concept of "tourist destination" in scientific literature over the years is traced. Variations in the interpretation are grouped according to several characteristics: geographical, structural-content, functional and result-oriented. The concept of "image" is analysed not only through scientific literature but also through explanatory dictionaries. The "image" of a tourist destination is examined as a complex of perceptions, emotions and evaluations shaping tourists' expectations and behaviour. It is defined as a key factor in forming destination competitiveness and the basis for market positioning.

The second section, "Image Characteristics of a Tourist Destination", systematises the main characteristics shaping the image of a tourist destination and determining how it is perceived by tourists. The natural and anthropogenic resources available to a destination are examined as the core of tourist attractiveness (according to D. Evrev). The material and intangible elements of image are analysed, including identity, atmosphere, hospitality, safety and sustainable practices.

The third section, "Conceptual Model for Forming the Image of a Mountain Tourist Destination", proposes a model based on existing theoretical approaches adapted to the specifics of a mountain resort. Resource, infrastructure, marketing, socio-psychological and sustainability elements shaping the overall image of the destination are included. The developed conceptual model serves as an analytical framework for the empirical study, enabling systematic assessment of the image of a mountain destination and identification of the factors determining its perception on emitting markets.

The fourth section, "Methodology and Research Tools for Studying the Image of a Mountain Tourist Destination", presents the methodological framework used for studying the image of a mountain tourist destination and justifies the selection of approaches, methods and tools. A methodological approach combining quantitative and qualitative research techniques is described, taking into account the complexity and multidimensionality of image as a phenomenon. The main stages of the research process are presented, including the development of a questionnaire survey among British tourists, interviews with tourism business representatives and comparative benchmarking analysis against competing mountain

destinations. The choice of the survey method as the primary tool for measuring tourist perceptions is justified, emphasising its applicability in assessing cognitive, emotional and behavioural components of image. Arguments are also presented for including expert interviews, which complement the quantitative data through expert evaluations by tour operators and tourism sector representatives. The use of comparative analysis is also described, enabling comparison of Borovets resort with other Bulgarian mountain resorts. The tools used for data processing and visualisation, including statistical methods, tables, figures and charts, are presented as supporting the interpretation of the obtained results.

The second chapter, entitled “Analysis of the Image of Borovets Resort on the British Market”, provides an in-depth analysis of the image of Borovets resort as a mountain tourist destination on the British emitting market. The system “destination characteristics – peculiarities of the British market – results of the empirical study” is examined, tracing the factors shaping perceptions of the resort and their influence on competitiveness. The analysis is appropriately visualised through climate charts, maps, tables and figures. The chapter is structured into four sections. The first section, “Characteristics of Borovets Resort as a Mountain Tourist Destination”, contains five subsections. The second section, “Characteristics of the British Emitting Market for Mountain Tourism”, contains two subsections. The third section, “Analysis of the Image of Borovets Resort as a Mountain Tourist Destination”, also contains two subsections. The final fourth section, “Comparative Characteristics of the Image of Borovets, Bansko and Pamporovo as Mountain Tourist Destinations on the British Market”, stands independently.

The third chapter, entitled “Guidelines for Improving the Image of Borovets Resort as a Mountain Destination on the British Market”, formulates strategic directions for improving the image of Borovets resort as a mountain tourist destination on the British market.

The proposals are based on the results of a survey among British tourists, interviews with key representatives of leading British tour operators and comparative analysis of competing destinations. Based on these empirical data, key factors grouped into four directions have been identified as fundamental in shaping tourists’ perceptions of Borovets resort and determining its competitiveness on the British market. The conclusion of the chapter emphasises that improving the image of Borovets resort requires an integrated approach combining modernisation of the tourism product, sustainable management, high quality of services and strategic pricing policy.

Last but not least, it should be noted that the in-depth knowledge of the issue, the precise logical connection between theoretical considerations and empirical findings, as well as the familiarity with good practices in the researched field, enable the PhD candidate to formulate well-grounded guidelines serving as a basis for building a competitive, sustainable and recognizable image of Borovets resort on the British market.

The conclusion summarises the fulfilment of the research tasks and highlights the contribution of the dissertation thesis. Structurally and substantively, the dissertation fully corresponds to the stated research aim and objectives. Good logical consistency between the structural elements has been achieved. The writing style is concise and precise, using clear academic language. All four hypotheses formulated at the beginning of the dissertation have been confirmed.

The abstract accurately and comprehensively reflects the content of the dissertation thesis submitted for review.

5. Scientific and Applied Contributions

The presented report on the contributions of the dissertation contains seven positions which, according to the reviewer, can be systematised as follows:

The theoretical contribution focuses on the concept of “tourist destination image” by adapting international theoretical models to Bulgarian conditions and proposing new approaches for analysing mountain tourist destinations.

The methodological and applied contribution is related to the development of an integrated framework for analysing the image of a mountain tourist destination, combining key components and factors related to sustainability, service quality and pricing policy, including a model based on perceived value and the specific attitudes of British tourists.

The methodological and applied contribution is based on a pilot empirical study concerning satisfaction, intentions for repeat visits and perceptions of value for money among British tourists and representatives of leading tour operators regarding Borovets resort, as well as analysis of the key competitive advantages of Borovets resort, including natural resources, traditions in winter sports, accessibility and recognizability.

The practical and applied contribution of the dissertation thesis consists in formulating four strategic directions for improving the image of Borovets resort and outlining specific recommendations for year-round development of the resort, sustainable resource management, digitalisation of tourism services, quality standardisation (Borovets Quality Standard) and marketing approaches adapted to the British market.

Following the analysis of the dissertation thesis, I confirm the contributions stated by Maria Peycheva Undzhieva, in accordance with Art. 6, para. 3 of the Academic Staff Development Act in the Republic of Bulgaria.

6. Publications Related to the Dissertation Thesis

Maria Peycheva Undzhieva has presented a list of four publications related to the dissertation thesis, including three conference papers and one article. The publications are closely related to the topic of the dissertation, reflect its substantial parts and provide sufficient publicity. The volume of scientific publications and the nature of the editions correspond to the conditions and procedures for acquiring the educational and scientific degree “Doctor”. According to the submitted report on compliance with the minimum national requirements under the Regulations for the Implementation of the Academic Staff Development Act in the Republic of Bulgaria, the PhD candidate fulfils the required number of points for obtaining the degree.

7. Critical Remarks and Recommendations

No significant theoretical, logical or methodological errors can be identified in the dissertation thesis submitted for review by Maria Peycheva Undzhieva. Certain inaccuracies typical of this type of research are present, mainly of a technical nature. I would recommend

that the PhD candidate, together with the support of the Department of Tourism at the University of Economics – Varna, organise an appropriate forum to present the achievements of the dissertation thesis to the management bodies of Borovets resort.

8. Questions to the PhD Candidate

1. To what extent are the scientific achievements of the present dissertation universally applicable to winter tourist resorts?

2. Which other emitting market(s), besides the British one, does the PhD candidate consider of substantial importance for the successful year-round occupancy of Borovets resort?

9. Conclusion

Based on the positive assessment of the dissertation thesis, as well as the scientific and applied achievements of the PhD candidate, I propose that the esteemed members of the Scientific Jury adopt a positive decision for awarding the educational and scientific degree “Doctor” in Professional Field 3.9 Tourism, scientific specialty “Economics and Management (Tourism)” to Maria Peycheva Undzhieva.

19.05.2026

Veliko Tarnovo

Reviewer:


/Assoc. Prof. Ventsislav Statev Statev. PhD/