

От доц. д-р Иванка Василева Лулчева,  
Аграрен университет-Пловдив, Катедра „Туризъм“

за дисертационния труд на **Радостина Христова Проданова**, докторант в катедра  
„Икономика и организация на туризма“ при Икономически университет – Варна

на тема: **„Управление на онлайн репутацията на хотелите в община  
Варна“**

за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ в област на висшето  
образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление  
3.9. „Туризъм“, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“

### **1. Основание за написване на становището**

Заповед № РД-06-81/06.04.2026 г., на Ректора на Икономически университет – Варна и  
решение на Научното жури от 30.04.2026 г.

### **2. Данни за кандидата**

**Радостина Христова Проданова** е докторант в катедра „Икономика и организация на  
туризма“ на Икономически университет – Варна. От представената творческа  
автобиография е видно, че тя има преподавателска дейност в областта на туризма и  
хотелиерството, нейните научни интереси са насочени към дигиталния маркетинг,  
онлайн репутацията, потребителското поведение и управлението на хотелиерските  
предприятия.

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

Дисертационният труд на Радостина Проданова е посветен на изключително актуалната  
тема за управлението на онлайн репутацията на хотелите. В условията на дигитализация  
и нарастващо значение на потребителските отзиви, онлайн репутацията се превръща в  
ключов фактор за конкурентоспособността на хотелиерските предприятия. Авторката  
правилно идентифицира липсата на цялостни изследвания, които да обхващат  
едновременно платформите за отзиви и резервации, корпоративните уебсайтове и  
социалните медии, и насочва своето изследване към запълване на тази празнина. Обект  
на изследването е управлението на онлайн репутацията на хотелите в община Варна.  
Предмет на изследването е самата онлайн репутация и инструментите за нейното  
управление. Целта на дисертацията е да се изследва управлението на онлайн  
репутацията, на хотелите в община Варна, да се идентифицират факторите, влияещи  
върху него и да се определят насоки за усъвършенстване. За нейното постигане се  
решават четири изследователски задачи. Формулирани са три основни хипотези, които  
се проверяват емпирично.

Методологията на изследване включва анализ на съдържанието на три групи дигитални  
канали (Booking.com, корпоративни уебсайтове и Facebook) за 89 хотела от категории

три, четири и пет звезди в община Варна, както и статистически методи. Такъв комбиниран подход осигурява висока надеждност на резултатите.

#### **4. Структура и съдържание на дисертационния труд**

Обемът, структурата и съдържанието на дисертационният труд на Радостина Проданова е в съответствие на изискванията по чл. 56 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна. Дисертацията е с общ обем 198 страници, онагледен с 58 таблици и 44 фигури. Списъкът на използваната литература включва 284 заглавия, което демонстрира отлична информираност по темата.

**В Първа глава** представя задълбочено теоретичните основи на репутацията, онлайн репутацията и нейното управление в хотелиерството. Разработен е концептуален модел за оценка на управлението на онлайн репутацията, който интегрира всички тези елементи и служи като рамка за емпиричното изследване. **Втора глава** съдържа емпиричния анализ. Следват три самостоятелни изследвания: Първото изследване (платформа Booking.com) установява, че хотелите с по-висока звездна категория имат по-високи рейтинги и са по-активни в отговарянето на отзиви. Второто изследване (корпоративни уебсайтове) разкрива, че по-висококатегорийните хотели и тези с по-висок рейтинг са по-склонни да публикуват eWOM съдържание (отзиви, награди) на сайтовете си. Трето изследване (Facebook) показва, че по-високата звездна категория не води до статистически значими разлики в управлението на репутацията в социалните медии. **Трета глава** формулира подробни и практически приложими насоки за подобряване на управлението на онлайн репутацията и в трите канала. Препоръките обхващат поддържане на актуално съдържание, активно и персонализирано отговаряне на отзиви, интегриране на динамични рейтинги в уебсайтовете, редовна публикационна активност в социалните медии, използване на видео съдържание, въвеждане на директни резервации и анкети за удовлетвореност.

**Заклучението** обобщава резултатите, потвърждава частично хипотезите и очертава приносите на дисертацията. Авторефератът (34 стр.) отразява коректно съдържанието на труда и основните постижения.

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

Докторантката представя четири публикации по темата на дисертацията: един доклад и три статии. Публикациите са свързани с основната проблематика на дисертационното изследване и отговарят на минималните национални изисквания за присъждане на образователната и научна степен „доктор“, съгласно чл. 26, ал. 2 и ал. 3 на Закона за развитие на академичния състав в Република България. При така предоставените материали по защита на дисертационният труд на Радостина Христова Проданова, не е установено плагиатство или некоректно използване на чужди трудове.

#### **6. Научни и научно-приложни приноси на дисертацията**

Дисертационният труд съдържа както научни, така и практико-приложни приноси:

Като съществен научен принос можем да посочим разработения концептуален модел за анализ и оценка на управлението на онлайн репутацията, който интегрира трите

основни дигитални канала – платформи за отзиви и резервации, корпоративни уебсайтове и социални медии. Моделът има стойност за бъдещи изследвания в областта. Като приноси от научно-приложен характер могат да се посочат:

- Извършен е комплексен емпиричен анализ на управлението на онлайн репутацията на хотелите в община Варна, като са идентифицирани основните характеристики, проблеми и пропуски. Установено е, че хотелите използват най-активно платформите за резервации, но недостатъчно – собствените уебсайтове и социалните медии за изграждане на репутация.
- Потвърдена е зависимостта между звездната категория, клиентската удовлетвореност и управлението на репутацията в платформите и уебсайтовете, но не и в социалните медии – важен извод за практиката.
- Формулирани са конкретни, приложими насоки и препоръки за подобряване на управлението на онлайн репутацията във всеки от трите канала, насочени към повишаване на доверието на потребителите и стимулиране на директните резервации.

Тези приноси имат висока стойност както за научните изследвания в областта на дигиталния маркетинг в туризма, така и за мениджърите на хотели, които могат да използват препоръките за оптимизиране на своята онлайн репутация.

## 7. Критични бележки и препоръки

При цялостната ми висока оценка на дисертационния труд, бих си позволила да препоръчам на докторанта Радостина Проданова да продължи да работи по изследваната проблематиката, като в бъдещи разработки би било полезно да се включат и по-малките места за настаняване (хостели, семейни хотели, апартаменти), за да се получи цялостна картина за сектора. Препоръчам резултатите да бъдат популяризирани в международни списания с импакт фактор. Тези бележки не намаляват научната стойност на труда и не променят положителната ми оценка.

## 8. Заключение

Дисертационният труд на Радостина Христова Проданова съдържа приноси както в теоретико-методологически, така и в приложен аспект. Авторката демонстрира отлични познания в областта на дигиталния маркетинг в хотелиерството, умело прилага съвременни изследователски методи и формулира приложими препоръки. Постигнатите резултати потвърждават две от трите хипотези и дават ценна информация за мениджърите на хотели. Личният принос на докторантката е несъмнен.

Горепосоченото ми дава основание да дам положителна оценка и да гласувам за присъждането на образователната и научна степен „доктор“ на Радостина Христова Проданова в професионално направление 3.9. Туризм, научна специалност „Икономика и управление (туризм)“.

19.05.2026г.  
гр. Пловдив

  
/ доц. д-р Ивайка Василева Лулчева /



## СТАНОВИЩЕ

Вх. № РД 20-851/19.05.2026г.

От: **доц. д-р Любка Минчева Илиева**  
Катедра „Икономика и управление на туризма“, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов, Научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по професионално направление 3.9. Туризъм, докторска програма „Икономика и управление (туризъм)“

Автор на дисертационния труд: **Радостина Христова Проданова**  
Тема на дисертационния труд: **„Управление на онлайн репутацията на хотелите в община Варна“**

**Основание** за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № РД 06-81/06.04.2026 г на Ректора на Икономически университет – Варна и решение на научното жури от 30.04.2026 г.

### **I. Обща информация**

Радостина Христова Проданова е зачислена в редовна докторантура по професионално направление 3.9. „Туризъм“, докторска програма „Икономика и управление (туризъм)“ към катедра „Икономика и организация на туризма“ при Икономически университет – Варна със Заповед № РД 17-404/14.02.2020 г. Научен ръководител на докторантката е доц. д-р Георгина Луканова. Докторантката е отчислена с право на защита със Заповед № РД 17-17/30.01.2023 г. Представени са необходимите документи и декларации съгласно изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България и правилниците на ИУ – Варна.

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

Представеният дисертационен труд е разработен в обем от 211 страници и включва увод, изложение в три глави, заключение, списък на използваните източници и приложения. Основният текст съдържа 58 таблици и 44 фигури. Използваната литература включва 284 източника, от които 267 литературни и 17 интернет източника.

Обект на изследването е управлението на онлайн репутацията на хотелите в община Варна в платформите за отзиви и резервации, корпоративните уебсайтове и социалните медии. Предмет на изследването е онлайн репутацията на хотелите и инструментите за нейното управление.

Целта на дисертационния труд е чрез теоретико-емпиричен анализ да се изследва управлението на онлайн репутацията на хотелите в община Варна, да се идентифицират факторите, влияещи върху него, и да се определят насоки за неговото усъвършенстване. За постигане на тази цел са формулирани конкретни изследователски задачи, свързани с теоретичния анализ на онлайн репутацията, създаването на концептуален модел за нейното управление и извършването на емпирични изследвания в различни дигитални канали.

Темата на дисертационния труд е актуална и значима, тъй като управлението на онлайн репутацията се превръща в ключов фактор за конкурентоспособността на хотелските предприятия в условията на дигитализация и нарастващо влияние на онлайн платформите и социалните медии върху потребителското поведение.



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

Публикациите и научните изяви на докторантката са проверени за съответствие с количествените изисквания на Правилника за развитие на академичния състав в ИУ – Варна и с минималните национални изисквания за присъждане на образователната и научна степен „доктор“. Установено е съответствие с посочените изисквания.

Представени са четири публикации, тематично свързани с дисертационния труд, като общият брой точки по група показатели „Г“ е 40 при изискуем минимум от 30 точки. Публикационната активност показва последователност и устойчив интерес към изследваната проблематика.

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

Структурата на дисертационния труд е логически издържана и съответства на изискванията на чл. 56, ал. 1 и ал. 2 от Правилника за развитие на академичния състав в ИУ – Варна. Последователността на изложението осигурява добра връзка между теоретичната, аналитичната и приложната част на изследването.

Теоретичната част демонстрира добро познаване на научната литература, свързана с репутацията, онлайн репутацията и особеностите на нейното управление в хотелиерството. Авторката успешно систематизира съществуващите научни постановки и разработва концептуален модел за оценка на управлението на онлайн репутацията в хотелиерството.

Емпиричната част е разработена на основата на задълбочено изследване на хотелите в община Варна чрез анализ на платформите за отзиви и резервации, корпоративните уебсайтове и социалните медии. Получените резултати са обработени и анализирани чрез подходящ статистически инструментариум и са визуализирани чрез таблици и фигури. Използваните методи на изследване – теоретичен анализ, сравнителен анализ, корелационен анализ, еднофакторен дисперсионен анализ (ANOVA),  $\chi^2$  анализ и статистическа обработка чрез SPSS – са адекватно подбрани и приложени в съответствие с целите и задачите на разработката.

Практико-приложната насоченост на труда се откроява чрез формулираните насоки и препоръки за подобряване управлението на онлайн репутацията на хотелите в платформите за отзиви и резервации, корпоративните уебсайтове и социалните медии.

Авторефератът е разработен в съответствие с изискванията и коректно отразява съдържанието на дисертационния труд, неговата структура, изследователска теза, методология и основни приносни моменти.

Лексикалната и стиловата характеристика на дисертационния труд отговарят на изискванията за научна разработка. Изложението е последователно, терминологично издържано и се отличава с добър академичен стил.

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

Приемам, че в дисертационния труд могат да бъдат открити следните по-съществени научни и практико-приложни приноси:

1. Систематизирани и обобщени са основните теоретични постановки, свързани със същността, характеристиките и факторите, формиращи онлайн репутацията, като е изяснена спецификата на нейното управление в условията на съвременната дигитална среда в хотелиерството.



2. Разработен е концептуален модел за анализ и оценка на управлението на онлайн репутацията на хотелите, основан на интегриран подход, обхващащ платформите за отзиви и резервации, корпоративните уебсайтове и социалните медии.
3. Осъществен е комплексен емпиричен анализ на управлението на онлайн репутацията на хотелите в община Варна чрез комбиниране и съпоставяне на данни от различни дигитални канали, което позволява формирането на цялостна оценка на изследвания процес.
4. Установени и анализирани са зависимости между характеристиките на местата за настаняване, клиентската удовлетвореност, активността и популярността в социалните медии и ефективността на управлението на онлайн репутацията.
5. Формулирани са практически насоки и препоръки за подобряване управлението на онлайн репутацията на хотелските предприятия, насочени към повишаване на тяхната конкурентоспособност, клиентска удовлетвореност и устойчиво пазарно позициониране.

#### **VI. Констатации относно плагиатство**

Не са налице данни за плагиатство в представения дисертационен труд и автореферата. Цитирането на използваните литературни източници е коректно и съобразено с академичните изисквания.

#### **VII. Критични бележки и препоръки**

Наред с положителните страни на дисертационния труд, могат да се направят някои бележки и препоръки:

1. В отделни части на изложението се наблюдава известна описателност, която би могла да бъде редуцирана за сметка на по-задълбочен аналитичен подход.
2. Бих препоръчала при бъдещи изследвания да се разшири сравнителният анализ чрез включване и на други европейски зимни дестинации.
3. Перспективно направление за бъдещи научни разработки е по-задълбоченото изследване на ролята на дигиталния маркетинг и социалните мрежи при формирането на имиджа на туристическите дестинации.

Посочените бележки не намаляват научната и практическата стойност на дисертационния труд.

#### **VIII. Въпроси към докторанта**

С цел стимулиране на дискусията при защитата се поставят следните въпроси:

1. Какви са основните предизвикателства пред хотелските предприятия при управлението на онлайн репутацията в условията на нарастващо влияние на изкуствения интелект и автоматизираните системи за генериране и анализ на потребителско съдържание?
2. Според Вас кои са най-ефективните механизми за стимулиране на клиентската ангажираност и насърчаване на публикуването на автентични онлайн отзиви от страна на гостите на хотелите?

#### **IX. Заключение**

Докторантката изпълнява минималните национални изисквания за придобиване на образователната и научна степен „доктор“. Представеният дисертационен труд отговаря на изискванията на Закона за развитието на академичния състав в Република България,



Правилника за неговото прилагане и Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет – Варна, като съдържа научни и научно-приложни резултати и приноси, относими към изследваната проблематика.

Въз основа на изложеното давам своята **положителна оценка** на дисертационния труд и предлагам на уважаемите членове на Научното жури да гласуват „за“ присъждането на образователната и научна степен „доктор“ в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.9. „Туризм“, докторска програма „Икономика и управление (туризм)“ на **Радостина Христова Проданова**.

15.05.2026 г.  
гр. Свищов

Изготвил становището: .....

/доц. д-р Любка Илиева/

## СТАНОВИЩЕ

От: Проф. д-р Стоян Петков Маринов  
Катедра „Икономика и организация на туризма”, Икономически университет-Варна, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)”

**Относно:** дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** в Област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки. Професионално направление: 3.9. Туризъм. Научната специалност: „Икономика и управление (туризъм)” в ИУ-Варна.

**Автор на дисертационния труд:** Радостина Христова Проданова

**Тема на дисертационния труд:** Управление на онлайн репутацията на хотелите в община Варна

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № РД 06-81 от 06.04.2026 г. на Ректора на ИУ-Варна

### 1. Информация за дисертанта

Докторантът се е обучавал към катедра „Икономика и организация на туризма“, факултет „Управление“ на ИУ-Варна по докторска програма „Икономика и управление (туризъм)“ съгласно решение на ФС на факултет „Управление“, протокол № 8 / 30.01.2020г. и заповед № РД 17-404/14.02.2020г. на Ректора на ИУ-Варна. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 03.02.2020-03.02.2023г. Докторантът е отчислен с право на защита съгласно решение на ФС на факултет „Управление“, протокол № 41 / 26.01.2023г. и заповед № РД 17-17/30.01.2023г. на Ректора на ИУ-Варна.

### 2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Обемът на дисертационния труд е 198 страници. Отличава се с правилна структура, която включва всички задължителни елементи на научно-изследователска разработка: 6 страници увод, 164 страници основно изложение, 4 страници заключение, 16 страници използвана литература и 13 страници приложения.

Дисертационният труд има ясно дефинирани обект и предмет на изследването. *Обект* на разглеждане е онлайн репутацията на хотелите в община Варна в платформите за отзиви и резервации, корпоративните уебсайтове и социалните медии, а *предмет* на изследване е управлението на онлайн репутацията на хотелите.

*Изследователската цел* е чрез теоретико-емпиричен анализ да се изследва управлението на онлайн репутацията на хотелите в община Варна и да се определят насоки за неговото усъвършенстване. Целта е конкретизирана правилно в четири изследователски задачи.



Авторката демонстрира познания на наличната литература по темата и е използвала достатъчен набор от информационни източници. В списъка на използваната литература са посочени общо 284 заглавия, от които 267 – литературни и 17 от Интернет.

Интерпретациите и изводите в изложението се илюстрирани и аргументирани с 58 таблици и 44 фигури.

Авторката използва подходящи изследователски методи за постигане на научната цел чрез съчетаване на описание, анализ, синтез, индукция и дедукция, което позволява систематизиране и интерпретиране на съществуващите теоретични постановки и емпирични данни, свързани с управлението на онлайн репутацията в хотелиерството.

Съдържанието на дисертационния труд доказва постигането на поставената научна цел.

В първа глава са систематизирани основните теоретични подходи и дефиниции за корпоративната и онлайн репутация в научната литература. Дискутирани са особеностите на онлайн репутацията. Разграничени са основните компоненти на онлайн репутацията – съдържанието, създавано от потребителите, и съдържанието, създавано от организациите. Представен е авторов модел за оценка на управлението на онлайн репутацията в хотелиерството.

Втора глава е посветена на анализ на управлението на онлайн репутацията на хотелите в община Варна. Представени са резултатите от три самостоятелни изследвания, чрез които се анализират основните аспекти на управлението на онлайн репутацията на хотелите. С първото изследване се оценява онлайн репутацията в платформите за отзиви и резервации и практиките за нейното управление. Второто изследване е посветено на анализа на съдържанието на хотелските уебсайтове като инструмент за управление на онлайн репутацията. С третото изследване се анализират социалните медии като инструмент за управление на онлайн репутацията. С трите проучвания авторката успешно представя цялостната картина за начина, по който хотелите в община Варна използват дигиталните си канали за формиране и управление на своята онлайн репутация.

В трета глава се формулират насоки за подобряване на управлението на онлайн репутацията на хотелите в община Варна, основани на резултатите от проведените емпирични изследвания. Препоръките отразяват спецификите на изследваните дигитални канали и очертават възможности за повишаване на ефективността на управлението на онлайн репутацията в тях.

Стилът на изразяване в текста е прецизен. Авторката владее понятийния апарат в теорията на туризма, в резултат на което текстът е написан на научен език.

*Дисертационният труд изпълнява изискванията на чл. 27, ал. 2 от Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България както и съответства на изискванията по чл. 56, ал. 1 и ал. 2 от Правилника за развитие на академичния състав в Икономически университет.*

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



В дисертационния труд се съдържат значими научно-приложни приноси, които са в три основни направления:

Първо, надградена е теорията за същността на онлайн репутацията в хотелиерството и е разработен концептуален модел за анализ и оценка на управлението на онлайн репутацията на хотелите. Моделът интегрира основните дигитални канали – платформи за отзиви и резервации, корпоративни уебсайтове и социални медии.

Второ, на основата на емпирични проучвания е анализирано и оценено управлението на онлайн репутацията на хотелите в община Варна, като са идентифицирани основните характеристики, проблеми и пропуски.

Трето, формулирани са насоки и прагматични препоръки за подобряване на управлението на онлайн репутацията на хотелите. Споделените идеи са насочени към по-ефективно използване на дигиталните комуникационни канали, повишаване на доверието на потребителите и стимулиране на директните резервации.

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

Радостина Проданова представя 4 самостоятелни публикации по темата на дисертацията – един доклад и три статии. Представените публикации отразяват съществени резултати от дисертационния труд и му осигуряват достатъчна публичност.

#### **5. Оценка на автореферата**

Представеният автореферат на български и английски език резюмира съдържанието на основните структурни части на дисертационния труд и отговаря на нормативните изисквания.

#### **6. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Дисертационният труд би спечелил, ако в авторския концептуален модел за оценка на управлението на онлайн репутацията в хотелиерството (фиг. 15) в групата на вътрешните фактори на влияние компонентът „канални и стратегии за дистрибуция“ бе интерпретиран като част от цялостния стратегически маркетингов микс на предприятието в съответствие с останалите три маркетингови стратегии – продуктови, ценови и комуникационни.

Бих препоръчал на докторант Радостина Проданова да разшири научноизследователската си работа по темата за предимствата и недостатъците от използване на AI в управлението на онлайн репутацията на хотелите.

С цел достойна защита предлагам на вниманието на докторанта следния въпрос: може ли организационно-управленската структура на хотелиерското предприятие да се разглежда като вътрешен фактор на влияние върху управлението на онлайн репутацията на хотелите?

#### **7. Заключение**

Не е констатирано плагиатство в дисертационния труд и в автореферата. Докторантът изпълнява изискванията по чл. 57, т. 1-4 от Правилника за развитие



на академичния състав в ИУ-Варна и отговарят на минималните национални изисквания за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, съгласно чл. 2б, ал. 2 и ал. 3 на Закона за развитие на академичния състав в Република България

Давам **положителна оценка** и гласувам за присъждането на образователната и научна степен “доктор” по научна специалност „Икономика и управление (туризъм)” в професионално направление 3.9 Туризъм на Радостина Христова Проданова.

14.05.2026 г.

Гр. Варна

Изготвил становището:

(проф. д-р Стоян Маринов)