

**ДО ПРЕДСЕДАТЕЛЯ
НА НАУЧНО ЖУРИ
ПРОФ. Д-Р МАРИЯ
СТАНКОВА
ЮЗУ „Н. Рилски**

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. Николина Р. Попова – Димитрова

на

**дисертационен труд на тема: „Позициониране на България на израелския
туристически пазар“**

за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ в професионално направление

3.9 „Туризм“, област на висше образование 3 Социални, стопански и правни науки, на **Роман Стоянов**, докторант в редовна форма на обучение в докторска програма „Икономика и управление на туризма“, в катедра „Туризм“, Стопански факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

Настоящата рецензия е изготвена въз основа на Заповед на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград №2693/.28. 10.2025 г. Тя е съставена от **седем части** и заключение, включващи биографични данни за кандидата и изисквания към неговата учебна и научно-изследователска дейност.

I. Биографични данни за кандидата

Кандидатът за присъждане на ОНС „доктор“ завършва през 1990 г. средно професионално образование в Техникум по обществено хранене „Иван П. Павлов“, специализация по Управление в ресторантьорството. През 2014 г. придобива образователна степен „бакалавър“ по "Финанси" в Нов български университет, а през 2016 г. - образователна степен „магистър“ по "Публична администрация" в УНСС. От 2021 г. – кандидатът е докторант по "Икономика и управление на туризма" в катедра „Туризм“, Стопански факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“. Кандидатът е преминал през редица обучения, повечето от които в сферата на туризма – културно наследство и културен туризъм, екологичен туризъм, селски туризъм и др. Дълъг е списъкът на експертни договори и ангажименти на кандидата, в това число ръководство на проекти по туризъм.

Кандидатът е натрупал значителен управленски опит в организации в публичния и частния сектор, а понастоящем е председател на УС на Национален съвет на еврейските организации в България – „Единство“. Преминал е също така през специализации и квалификационни курсове по "Митническа и данъчна администрация", „Разрешаване на конфликти и справяне с кризисни ситуации“ и “Икономическа дипломация“. Има и опит в управление на проекти

II. Актуалност на темата и обща характеристика на дисертацията

Представеният за рецензиране дисертационен труд на тема: „Позициониране на България на израелския туристически пазар“ е разработен съгласно изискванията на ЗРАСРБ, правилника за неговото приложение и университетските академични стандарти и изисквания.

Дисертационният труд е с обем от 220 страници компютърно набран текст, от които 185 страници основен текст в три глави и заключение, вкл. 7 таблици и 45 фигури, допълнителен текст - 6 страници приложения и 18 страници с 236 литературни и интернет източници.

От структурна и съдържателна гледна точка дисертационният труд отговаря на тематиката, критериите, изискванията и спецификата на ПН 3.9. „Туризм“ и на изискванията за присъждане на образователна и научна степен „доктор“. Основанията за подобно заключение са следните:

- Дисертационният труд отразява задълбочени теоретични познания на кандидата в областта на туризма, маркетинга в туризма и дестинационния маркетинг, имащи пряко отношение към темата на дисертационния труд.
- Резултатите от проведеното изследване обогатяват теорията в областта на дестинационния маркетинг, разширявайки определението на понятието „туристически пазар“ и генерирайки по емпиричен път нова фактология.
- Дисертационният труд демонстрира възможностите на дисертанта да прилага адекватни съвременни методи и средства, съответстващи на формулираните цел и задачи, с основен метод –социологически, отговарящ на естеството на обекта на изследване.

Трудът се отнася за важен и актуален за българската туристическата индустрия проблем, какъвто е устойчивото позициониране на страната на перспективни пазари, а именно, на израелския туристически пазар., особено в условията след пандемичната криза

Совид-19 и турбулентната геополитическа обстановка понастоящем. Посочените по-горе обстоятелства обуславят необходимостта от научно обоснован модел за устойчиво позициониране на България на израелския туристически пазар, който да послужи за формулиране на адекватна национална политика, по-конкретно маркетингова политика за привличане на израелски туристи в България.

Целта на изследването е точно дефинирана с фокус върху методологичен въпрос за създаване на модел за позициониране на чужд туристически пазар. **Обектът и предметът** не са прецизно формулирани- обектът е потенциалният израелски туристически пазар, а предметът на изследване са процесите на взаимодействието между българския рецептивен и израелския емитивен туристически пазар. Изследователската теза е адекватно формулирана. Авторът е формулирал четири научни задачи , от които рецензентът приема три, без първата, която е достатъчно добре изяснена в съществуващата теория..

III. Научни области и проблеми, разработени в дисертационния труд

Настоящото изследване допълва знанието в областта на взаимодействието между емитивен и рецептивен туристически пазар с цел устойчиво позициониране.

В първата теоретична глава *Общи методологични принципи и основни понятия*“, в т. 1.1.1 със заглавие „Генезис и формиране на професионалната терминология на позиционирането в туризма“, се разглежда само терминът „туризъм“, без хвърляне на мост към понятийно-терминологичния апарат на дестинационния маркетинг. В т. 1.1.2 авторът прави стегнат преглед на дефиниции на понятието „туристически пазар“ и предлага свое определение. Това е теоретичен принос на труда и в тази връзка бихме задали въпроса защо в авторовото определение отсъстват географският и социалният аспект, които се съдържат в специално разгледаните от него определения. Рецензентът смята, че авторът следва да посочи с какво неговото определение се различава от вече съществуващите – по обхват/по съдържание и пр. Авторът демонстрира много добро познаване, с разбиране и в детайли, на теоретичните представи за основните термини, пряко свързани с темата на дисертационния труд. В точка 1.1.3 „Характерни особености на позиционирането от гледна точка на туристическите дестинации“ се разглеждат критично основните фактори, влияещи върху конкурентоспособността на туристическата дестинация. 1.2. *„Теоретични модели и концепции за позициониране на туристически пазари“* и 1.3. *„Основни подходи за измерване успеха на при позициониране в туризма“* съдържат много добър преглед на ключовите

фактори за конкурентоспособността на приемаща туристическа дестинация, но изискват по-добра систематизация. В съответствие със заглавието би следвало да бъдат посочени нови модели и концепции. 1.4. „*Модели за сформирание на туристически пазари въз основа на международния опит в позиционирането*“ представя четири примера за успешното позициониране на туристическите дестинации чрез стратегическа интеграция на маркетинг, управление и иновации. В 1.4 „*Модели за сформирание на туристически пазари въз основа на международния опит в позиционирането*“ авторът представя няколко модела - основен модел на туристическата система на Leiper (1979), както и модела за жизнен цикъл на туристическата дестинация на Бътлър (1980), но те не са най-подходящите примери за модела, който е във фокуса на изследователски интерес на автора. Моделът за конкурентоспособност на дестинации на Ritchie & Crouch (2003) и този на Ostaseviciute & Sliburyte (2008) насочват вниманието към процеса на брендиране и позициониране, като подчертават ролята на идентичността и уникалността за изграждане на устойчиво конкурентно предимство и имат пряка връзка с темата на дисертационния труд. Като цяло в първа глава доминира описателният подход и считаме, че авторът би могъл да направи по-систематизиран сравнителен анализ на теоретичните модели и концепции по темата.

Глава втора *Анализ на състоянието и потенциала на България за позициониране на израелския туристически пазар*“ в известна степен не се припокрива със съдържанието, тъй като в точки 2.1 и 2.2 авторът обосновава в детайли методологичната рамка на изследване и избраните методи. Поради посоченото обстоятелство и част от изводите към втора глава не са релевантни на резултатите от проведените анкетни изследвания. Проведеното онлайн изследване в т. 2.4 би следвало да бъде въведено и представено в цялост, по-систематизирано и достатъчно детайлно – структура на анкетните листове, брой въпроси, извадка, респонденти, и пр. По отношение на отговорите, профилът на отговорилите обикновено се дава в самото начало, което би позволило по-задълбочено разбиране на отговорите на всички въпроси. В т. 2.5 се анализират резултатите от онлайн мнението на израелски туроператори, но представянето на анкетата е направено в предишния раздел, в недостатъчна пълнота. Рецензентът би задал въпроса каква е разликата между видовете туризъм и туристическите дейности, респективно представени на фиг.21 и фиг.22? Рецензентът поставя под съмнение и някои от въпросите, които се задават не само на израелски туроператори, предлагащи България, но и на тези които не го правят,

например, мненията им относно подобряване на услугите за израелските туристи, фиг. 39. Както правилно посочва авторът емпиричните данни, получени в резултат на проведеното онлайн изследване се разглеждат като индикатори за текущото състояние на дестинационния имидж на България, но и очертават стратегическата посока по отношение на интернационализация на българското туристическо предлагане.

В част от текста на Глава 3. „Разработване и валидиране на модел за стратегическо позициониране на България на израелския туристически пазар“ авторът повтаря особеностите на автоетнографския метод. В 3.1. „Обосновка и логика на модела за позициониране на България на израелския туристически пазар“, авторът обосновава избора на четирите компонента на модела – културно-исторически ресурси, природни ресурси, сигурност и ценова конкурентоспособност, както на теоретично, така и на емпирично ниво. Според рецензента компонентът сигурност не присъства в анкетите за туроператорите и е съмнително, че той е обоснован на емпирично ниво.

Считаме, че разказът за историческите връзки между българи и евреи, дипломатическите отношения между 2-те страни, както и материалното и нематериалното културно наследство на България като конкурентно предимство в привличането на туристи от Израел би било добре да се представят във 2-ра глава в съответствие със заглавието ѝ. Същото се отнася за прегледа на природните ресурси - тук бихме посъветвали автора да използва количествена – статистическа, информация, например брой национални курорти за летен и зимен туризъм, мрежа от планински хижи и пр.

Точка 3.2.3. „Сигурността и нейното значение за израелския туристически пазар“, 3.2.3. 2 „Безопасността като приоритет за израелските туристи“ и точка 3.2.4. „Ценова конкурентоспособност“ са адекватно разгледани в последната глава, тъй като анализът им стъпва на резултатите от анкетните проучвания.

Представеният модел за позициониране на България на израелския туристически пазар е даден в самия край на труда, с. 176, но рецензентът смята, че той би следвало да се представи в точки 3.1 или 3.2, а с резултатите от анкетните проучвания да бъде аргументиран.

IV. Достоверност на резултатите и анализа и тяхната научно-теоретическа и приложна стойност.

Като цяло оценката на рецензента за съдържанието на дисертационния труд е положителна. Кандидатът е осигурил информационно изследването със значителна по обем, предимно първична, информация, стъпваща на прилагане на емпиричен подход. Тя е тясно свързана с темата и достатъчна за аргументиране и обосновка на хипотезата на изследването, респективно за валидиране на резултатите. Резултатите от изследването не будят съмнение, относно своята научна стойност. Те защитават предмета на дисертационния труд, отнасящ се до възможностите и перспективите за позициониране на България на израелския туристически пазар.

V. Научни и приложни приноси на дисертационния труд

Считам, че дисертантът със своя труд допринася за разширяване и задълбочаване на изследователските търсения в областта на дестинационния маркетинг., по-конкретно позициониране на чужд пазар.

В дисертационния труд са налице доказателства за научно-теоретични и научно-приложни приноси.

1/ В теоретичен план – проведеното проучване обосновава модел за позициониране на България на израелския туристически пазар, а така също генерира фактология в резултат на онлайн анкетите, обогатявайки по този начин теорията на туризма. Допълнителен теоретичен принос е предложената от автора дефиниция на понятието „туристически пазар“, която според рецензента е по-широка по обхват и съдържание от съществуващите .

2/ В методичен план – авторът обосновава адекватна методическа рамка, включваща комбинация от социологически методи и метода на наблюдение с участие, кореспондиращ с естеството на проучвания обект – качествено преживяване на израелските туристи, и по-добро разбиране на нуждите и аспирациите им.

3/ В практичен план – дисертационният труд е с подчертан практико-приложен принос, предлагащ концептуална рамка за формулиране и провеждане на адекватна маркетингова политика за позициониране на България на израелския туристически пазар.

VI. Критични бележки

По същество рецензентът няма критични бележки от принципно естество. Направените бележки в хода на рецензията имат конструктивен характер и биха помогнали в бъдещата изследователска дейност на кандидата.

VII. Автореферат и публикации по темата на дисертационния труд

Представеният от докторанта Роман Николов Стоянов автореферат в обем 49 стандартни печатни страници отговаря на академичните стандарти за обобщено представяне на проведеното самостоятелно научно изследване. Авторефератът представя основните изследователски резултати. Представените научни публикации са 4 на брой, 3 от които, са пряко свързани с тематичната област на дисертационния труд.

Заключение

Разкритата процедура за придобиване на образователна и научна степен „доктор” отговаря на изискванията, предвидени в Глава втора от ЗРАСРБ и Раздел втори на ППЗРАСРБ.

Безспорните приноси обогатяват съществуващите знания за маркетинга в туризма, по-конкретно позиционирането на чуждестранна туристическа дестинация.

Като имам предвид посочените научно-теоретични и научно-приложни достойнства на дисертационния труд на тема: „Позициониране на България на израелския туристически пазар“, без колебание предлагам на уважаемото жури да присъди на Роман Николов Стоянов образователната и научна степен „доктор” по научната специалност „Икономика и управление в туризма“, професионално направление 3.9 „Туризм“,

гр. София, ноември 2025 г.

Член на научно жури:

/проф. д-р Николина Попова/

**TO THE CHAIRMAN
OF THE SCIENTIFIC JURY
PROF. DR. MARIA STANKOVA
SOUTHWESTERN UNIVERSITY "N. Rilski"**

REVIEW

by Prof. Nikolina R. Popova – Dimitrova

of

a dissertation on the topic: "Positioning Bulgaria on the Israeli tourism market"

for awarding the educational and scientific degree "Doctor" in professional field 3.9 "Tourism", field of higher education 3 Social, economic and legal sciences, to Roman Stoyanov, PhD student in full-time study in the doctoral program "Economics and Management in Tourism", in the Department of "Tourism", Faculty of Economics of the Southwestern University "Neofit Rilski".

This review was prepared on the basis of the Order of the Rector of the Southwestern University "Neofit Rilski" - Blagoevgrad No. 2693/.28. 10.2025. It is composed of seven parts and a conclusion, including biographical data about the candidate and requirements for his academic and research activities.

I. Biographical data about the candidate

The candidate for the award of the "Doctor" degree graduated in 1990 from secondary vocational education at the "Ivan P. Pavlov" Technical School of Public Catering, specializing in Restaurant Management. In 2014, he obtained a Bachelor's degree in "Finance" at the New Bulgarian University, and in 2016 - a Master's degree in "Public Administration" at the University of National and World Economics. Since 2021 – the candidate is a doctoral student in "Economics and Tourism Management" in the Department of Tourism, Faculty of Economics of the Southwestern University "Neofit Rilski". The candidate has undergone a number of trainings, most of which are in the field of tourism - cultural heritage and cultural tourism, ecological tourism, rural tourism, etc. The candidate's list of expert contracts and commitments is long, including management of tourism projects.

The candidate has gained significant management experience in organizations in the public and private sectors, and is currently the Chairman of the Board of the National Council of Jewish Organizations in Bulgaria - "Unity". He has also completed specializations and qualification courses in "Customs and Tax Administration", "Conflict Resolution and Crisis Management" and "Economic Diplomacy". He also has experience in project management.

II. Relevance of the topic and general characteristics of the dissertation

The dissertation submitted for review on the topic: "Positioning Bulgaria on the Israeli tourism market" was developed in accordance with the requirements of the Law on the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria, the regulations for its implementation, and the university's academic standards and requirements.

The dissertation has a volume of 220 pages of computer-typed text, of which 185 pages of main text in three chapters and a conclusion, including 7 tables and 45 figures, additional text - 6 pages of appendices and 18 pages with 236 literary and internet sources.

From a structural and content point of view, the dissertation work meets the topic, criteria, requirements and specificity of the PN 3.9. "Tourism" and the requirements for awarding the educational and scientific degree "doctor". The grounds for such a conclusion are the following:

- o The dissertation reflects the candidate's in-depth theoretical knowledge in the field of tourism, tourism marketing and destination marketing, directly related to the topic of the dissertation.
- o The results of the conducted research enrich the theory in the field of destination marketing, expanding the definition of the concept of "tourism market" and generating new empirical facts.
- o The dissertation demonstrates the candidate's ability to apply

adequate modern methods and tools, corresponding to the formulated goals and objectives, with a basic method - sociological, corresponding to the nature of the object of research.

The work addresses an important and current issue for the Bulgarian tourism industry, such as the sustainable positioning of the country in promising markets, namely, the Israeli tourism market, especially in the post-COVID-19 pandemic crisis and the current turbulent geopolitical situation.

The above circumstances determine the need for a scientifically based model for the sustainable positioning of Bulgaria on the Israeli tourist market, which would serve to formulate an adequate national policy, specifically a marketing policy for attracting Israeli tourists to Bulgaria.

The **purpose** of the study is precisely defined with a focus on a methodological issue of creating a model for positioning in a foreign tourist market. The **object** and **subject** are not precisely formulated - the object is the potential Israeli tourist market, and the subject of research is the processes of interaction between the Bulgarian receptive and the Israeli emissive tourist markets. The research thesis is adequately formulated. The author has formulated four scientific tasks, of which the reviewer accepts three, excluding the first one, which is sufficiently well explained in the existing theory.

III. Scientific areas and problems developed in the dissertation work

This study adds to the knowledge in the field of interaction between emissive and receptive tourism markets for the purpose of sustainable positioning.

In the first theoretical chapter "General methodological principles and basic concepts",

in item 1.1.1 with the title “Genesis and formation of the professional terminology of positioning in tourism”, only the term "tourism" is considered, without building a bridge to the conceptual and terminological apparatus of destination marketing. In section 1.1.2, the author provides a concise overview of definitions of the concept of "tourism market" and proposes his own definition. This is a theoretical contribution of the work, and in this regard, we would ask the question why the author's definition lacks the geographical and social aspects, which are contained in the definitions he specifically examined. The reviewer believes that the author should indicate how his definition differs from existing ones – in scope/content, etc. The author demonstrates a very good knowledge, with understanding and in detail, of the theoretical concepts of the main terms directly related to the topic of the dissertation. In point 1.1.3 "Characteristics of positioning from the perspective of tourist destinations" the main factors influencing the competitiveness of the tourist destination are critically examined. 1.2. "Theoretical models and concepts for positioning in tourism markets" and 1.3. "Basic approaches to measuring the success of positioning in tourism" contain a very good overview of the key factors for the competitiveness of a host tourist destination, but require better systematization. In accordance with the title, new models and concepts should be mentioned. 1.4. "Models for the formation of tourism markets based on international experience in positioning" presents four examples of the successful positioning of tourist destinations through strategic integration of marketing, management and innovation. B1.4 "Models for the formation of tourist markets based on international experience in positioning" the author presents several models - Leiper's (1979) basic tourism system model, as well as Butler's (1980) tourism destination life cycle model, but they are not the most appropriate examples for the model that is the focus of the author's research interest. The destination competitiveness model of Ritchie & Crouch (2003) and that of Ostaseviciute & Sliburyte (2008) focus on the branding and positioning process, emphasizing the role of identity and uniqueness in building a sustainable competitive advantage and having a direct connection to the topic of the dissertation. Overall, the descriptive approach dominates the first chapter and we believe that the author could have made a more systematized comparative analysis of the theoretical models and concepts on the topic.

Chapter Two Analysis of the Status and Potential of Bulgaria for Positioning in the Israeli Tourism Market" to some extent does not overlap with the content, because in sections 2.1 and 2.2 the author justifies in detail the methodological framework of the study and the selected methods. Due to the above circumstance, some of the conclusions in the second chapter are not relevant to the results of the survey research conducted. The online research conducted in item 2.4 should be introduced and presented in its entirety, more systematized and in sufficient detail. - structure of the questionnaires, number of questions, sample, respondents, etc. Regarding the answers, the profile of the respondents is usually given at the very beginning, which would allow a deeper understanding of the answers to all the questions. Section 2.5 analyzes the results of the online opinion of Israeli tour operators, but the presentation of the survey was made in the previous section, in insufficient completeness. The reviewer would ask the question: what is the difference between the types of tourism and the tourist activities, respectively presented in Fig.

21 and Fig. 22? The reviewer also questions some of the questions that are asked not only of Israeli tour operators offering Bulgaria, but also of those who do not, for example, their opinions on improving services for Israeli tourists, Fig. 39. As the author correctly points out, the empirical data obtained as a result of the online survey are considered as indicators of the current state of Bulgaria's destination image, but also outline the strategic direction regarding the internationalization of the Bulgarian tourism offering.

In part of the text of Chapter 3. "Development and validation of a model for strategic positioning of Bulgaria in the Israeli tourism market", the author repeats the features of the autoethnographic method. In 3.1. "Justification and logic of the model for positioning Bulgaria in the Israeli tourism market", the author justifies the choice of the four components of the model - cultural and historical resources, natural resources, security and price competitiveness, both on a theoretical and empirical level. According to the reviewer, the security component is not present in the tour operator surveys and it is doubtful that it is substantiated at an empirical level.

We believe that the story of the historical ties between Bulgarians and Jews, the diplomatic relations between the two countries, as well as the tangible and intangible cultural heritage of Bulgaria as a competitive advantage in attracting tourists from Israel would be good to present in Chapter 2, in accordance with its title. The same applies to the review of natural resources - here we would advise the author to use quantitative (statistical) information, for example, the number of national resorts for summer and winter tourism, a network of mountain huts, etc.

Section 3.2.3. „Security and its importance for the Israeli tourism market“, 3.2.3. 2 „Safety as a priority for Israeli tourists and section“ 3.2.4. „Price competitiveness“ are adequately addressed in the last chapter, as their analysis is based on the results of the survey studies.

The presented model for positioning Bulgaria on the Israeli tourist market is given at the very end of the work, p. 176, but the reviewer believes that it should be presented in points 3.1 or 3.2, and be substantiated with the results of the survey.

IV. Reliability of the results and analysis and their scientific, theoretical and applied value.

Overall, the reviewer's assessment of the content of the dissertation is positive. The candidate has provided the research with information, with a significant volume, mostly primary information, based on the application of an empirical approach. It is closely related to the topic, and sufficient to argue and justify the research hypothesis, respectively to validate the results. The results of the study do not raise any doubts about their scientific value. They defend the subject of the dissertation, which concerns the opportunities and prospects for positioning Bulgaria on the Israeli tourism market.

V. Scientific and applied contributions of the dissertation work

I believe that the candidate, with his work, contributes to expanding and deepening research in the field of destination marketing, more specifically positioning in a foreign market.

The dissertation contains evidence of scientific-theoretical and scientific-applied contributions.

1/ Theoretically – the conducted study substantiates a model for positioning Bulgaria on the Israeli tourism market, and also generates facts as a result of online surveys, thus enriching the theory of tourism. An additional theoretical contribution is the author's proposed definition of the concept of "tourism market", which, according to the reviewer, is broader in scope and content than existing ones.

2/ In methodological terms – the author justifies an adequate methodological framework including a combination of sociological methods, as well as a participatory observation method, corresponding to the nature of the research object – a qualitative experience of Israeli tourists, and a better understanding of their needs and aspirations.

3/ In practical terms – the dissertation has a marked practical and applied contribution, offering a conceptual framework for formulating and implementing an adequate marketing policy for positioning Bulgaria on the Israeli tourist market.

VI. Critical notes

In essence, the reviewer has no critical remarks of a principled nature. The remarks made during the review are constructive in nature and would help in the candidate's future research activities.

VII. Abstract and publications on the topic of the dissertation

The abstract presented by doctoral student Roman Nikolov Stoyanov, in a volume of 49 standard printed pages, meets the academic standards for a summarized presentation of the conducted independent scientific research. The abstract presents the main research results. The scientific publications presented are 4 in number, 3 of which are directly related to the thematic area of the dissertation.

Conclusion

The disclosed procedure for acquiring the educational and scientific degree "doctor" meets the requirements provided for in Chapter Two of the Law on the Education and Scientific Research of the Republic of Bulgaria and Section Two of the Law on the Education and Scientific Research of the Republic of Bulgaria. The undisputed contributions enrich the existing knowledge about tourism marketing, specifically the positioning on a foreign tourist destination.

Considering the aforementioned scientific-theoretical and scientific-applied merits of the dissertation work on the topic: "Positioning Bulgaria on the Israeli tourism market", Without hesitation, I propose to the esteemed jury to award Roman Nikolov Stoyanov the educational and

scientific degree of "doctor" in the scientific specialty "Economics and Management in Tourism",
professional field 3.9 "Tourism".

Sofia, November 2025

Member of the scientific jury:

/prof. Dr. Nikolina Popova/