

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

СТАНОВИЩЕ

**от доц. д-р Румен Драганов – Университет по библиотекознание и
информационни технологии, съгласно Заповед №2693/28.10.2025 г. на
Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“ за дисертационния труд на Роман
Николов Стоянов, на тема: „ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА БЪЛГАРИЯ НА
ИЗРАЕЛСКИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР” представен за придобиване на
образователната и научна степен „доктор”**

1. ОЦЕНКА НА РЕЗУЛТАТИТЕ И ПРИНОСИТЕ НА ДОКТОРАНТА

**1.1. Част от основните резултати, които постига в дисертационният си
труд докторанта са следните:**

- Изследването доказва, че България може да постигне устойчиво и конкурентоспособно позициониране на израелския туристически пазар чрез интегриран модел, който обединява четири взаимно допълващи се компонента: културно- исторически ресурси, природни богатства, сигурност и ценова конкурентоспособност.
- Комбинацията от тези фактори изгражда балансирано предимство, което отговаря на специфичните очаквания на израелските туристи. Емпиричните резултати от анкетните проучвания, автоетнографският подход и сравнителният анализ със съседни дестинации потвърждават,

че именно синергията между сигурност и толерантност, достъпни цени и културна близост създава конкурентна идентичност на България.

- В практическо измерение, моделът служи като стратегически инструмент за институциите и туристическия бизнес, който може да насочва маркетинговите усилия и публично-частните партньорства към устойчиво увеличаване на туристическия поток от Израел.
- Прави се изводът, че България се утвърждава като сигурна, достъпна и културно близка дестинация, способна да предложи висока стойност за израелските туристи и да постигне трайно присъствие на този стратегически пазар.

1.2. Най-значимите приноси на Роман Стоянов от дисертационния труд са следните:

1.2.1. Научно-теоретични приноси:

- Извършените теоретични, статистически и аналитико-системни проучвания на разработеният модел за стратегическо позициониране на България на израелския туристически пазар се отличава с ясно изразена иновативност.
- Разработеният модел е първият интегриран научно аргументиран и емпирично валидиран инструмент, приложим конкретно за израелския туристически пазар. На второ място, той надгражда класическите теоретични рамки на позициониране (Ritchie & Crouch, 2003; Kotler et al., 2017) чрез включването на четири взаимодопълващи се компонента – културно-исторически ресурси, природни богатства, сигурност и ценова конкурентоспособност.
- Разгледано подробно е включването на сигурността и историческата свързаност между България и Израел като основни стратегически

измерения. Този модел представлява новост спрямо утвърдените модели, които рядко акцентират върху тези фактори в контекста на специфичен изходящ пазар.

- Емпиричното валидиране чрез онлайн анкети, автоетнографски подход и сравнителен ценови анализ със съседни конкурентни дестинации гарантира практическа приложимост и адаптивност на модела в реалната маркетингова практика.
- Предлагат се стратегически решения за повишаване на конкурентоспособността на България, което определя неговия оригинален принос в научно-приложен план.

1.2.2. Научно-приложни приноси:

- Предложен е нов подход за решаване на въпросите, отнасящи се към формулирането на обобщена дефиниция на туристическия пазар и разширяване на понятийния апарат. Приносът се открива на фона на развитието на понятийния апарат чрез формулиране на авторска дефиниция на туристическия пазар.
- Изследването въвежда и обосновава автоетнографията като новаторски подход в българската научна литература за туризма, като я комбинира с количествени анкетни данни и сравнителен анализ, което осигурява висока степен на достоверност и задълбоченост на резултатите.
- Емпиричен принос чрез събиране и систематизиране на нова първична база данни за възприятията на израелските туристи и туроператори. Проведените онлайн анкетни проучвания за първи път систематизират представите за България като туристическа дестинация на израелския пазар и позволяват задълбочен анализ на разпознаваемостта,

мотивацията и бариерите при избора на дестинация.

- Формулирани са практически препоръки за публичния и частния сектор с оглед повишаване на ефективността на позиционирането. Дисертационният труд предлага практически инструментариум за публични институции, туристически оператори и регионални организации при разработването на маркетингови стратегии, като същевременно дава възможност моделът да бъде адаптиран за други пазари с близки поведенчески характеристики.

2. Критични бележки и препоръки към дисертационния труд

По същностните страни на основните тези и тяхното доказване в дисертацията нямам критични бележки. Необходимо е прецизиране на текста на Автореферата, поставяне на наименование и преработване на съдържанието така, че то да кореспондира със текста.

3. Заключение по дисертационния труд

В заключение въз основа на изложеното по-горе, предлагам на уважаемите членове на Научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на **Роман Николов Стоянов** в професионално направление **3.9. Туризъм докторската програма „Икономика и управление на туризма“**

София

25.11.2025 г.

Член на журито:

(доц. д-р инж. Румен Драганов)

ACADEMIC OPINION

by

Assoc. Prof. Dr. Rumen Draganov – University of Library Studies and Information Technologies, pursuant to Order No. 2693/28.10.2025 of the Rector of South-West University “Neofit Rilski”, regarding the doctoral dissertation of Roman Nikolov Stoyanov entitled “POSITIONING OF BULGARIA ON THE ISRAELI TOURISM MARKET”, submitted for the acquisition of the educational and scientific degree “Doctor”

1. ASSESSMENT OF THE DOCTORAL CANDIDATE’S RESULTS AND CONTRIBUTIONS

1.1. Some of the principal results achieved by the doctoral candidate in his dissertation are as follows:

- The research demonstrates that Bulgaria can achieve sustainable and competitive positioning on the Israeli tourism market through an integrated model that incorporates four mutually complementary components: cultural-historical resources, natural assets, security, and price competitiveness.
- The combination of these factors forms a balanced advantage that corresponds to the specific expectations of Israeli tourists. The empirical results from the survey studies, the autoethnographic approach, and the comparative analysis with neighbouring destinations confirm that the synergy between security and tolerance, affordable prices, and cultural proximity constitutes Bulgaria’s competitive identity.
- In practical terms, the model functions as a strategic instrument for institutions and the tourism industry, capable of guiding marketing efforts and public–

private partnerships towards a sustainable increase in tourist flows from Israel.

- It is concluded that Bulgaria is establishing itself as a secure, affordable, and culturally proximate destination capable of offering high value to Israeli tourists and achieving a long-term presence on this strategic market.

1.2. The most significant contributions of Roman Stoyanov resulting from the dissertation are as follows:

1.2.1. Scientific-theoretical contributions:

- The theoretical, statistical, and analytical–systemic studies conducted in the development of the model for the strategic positioning of Bulgaria on the Israeli tourism market are characterised by a clearly expressed innovativeness.
- The developed model constitutes the first integrated, scientifically substantiated, and empirically validated instrument specifically applicable to the Israeli tourism market. Furthermore, it advances the classical theoretical frameworks of positioning (Ritchie & Crouch, 2003; Kotler et al., 2017) by integrating four mutually complementary components—cultural-historical resources, natural assets, security, and price competitiveness.
- The detailed examination of the inclusion of security and the historical interconnectedness between Bulgaria and Israel as key strategic dimensions represents an innovative contribution compared to established models, which rarely emphasise these factors in the context of a specific outbound market.
- The empirical validation through online surveys, an autoethnographic approach, and a comparative price analysis with neighbouring competitive destinations ensures the practical applicability and adaptability of the model in real-world marketing practice.
- Strategic solutions are proposed for enhancing Bulgaria’s competitiveness, which defines its original contribution in a scientific-applied dimension.

1.2.2. Scientific-applied contributions:

- A new approach is proposed for addressing issues related to the formulation of a generalised definition of the tourism market and the expansion of the conceptual apparatus. The contribution is evident in the development of the conceptual framework through the formulation of an author's definition of the tourism market.
- The study introduces and justifies autoethnography as an innovative approach within Bulgarian academic tourism literature, combining it with quantitative survey data and comparative analysis, thereby ensuring a high degree of reliability and depth of the research findings.
- An empirical contribution is achieved through the collection and systematisation of a new primary database concerning the perceptions of Israeli tourists and tour operators. The conducted online surveys systematise for the first time the perceptions of Bulgaria as a tourism destination on the Israeli market and allow for an in-depth analysis of awareness, motivation, and barriers in destination choice.
- Practical recommendations are formulated for the public and private sectors with a view to improving the effectiveness of positioning. The dissertation provides a practical toolkit for public institutions, tourism operators, and regional organisations in the development of marketing strategies, while also allowing the model to be adapted to other markets with similar behavioural characteristics.

2. Critical notes and recommendations regarding the dissertation

I have no critical remarks concerning the substantive aspects of the main theses and their substantiation in the dissertation. It is necessary to refine the text of the Author's Abstract, to provide an appropriate title, and to revise its content

so that it corresponds accurately to the text.

3. Conclusion on the dissertation

In conclusion, based on the above, I recommend that the esteemed members of the Scientific Jury confer the educational and scientific degree “**Doctor**” upon **Roman Nikolov Stoyanov** in the professional field 3.9. Tourism, in the doctoral programme “Economics and Management of Tourism”

Sofia

25.11.2025 г.

Member of the scientific jury:

(Assoc. Prof. Dr. Eng. Rumen Draganov)