

РЕЗЮМЕТА

на научните публикации

на гл.ас.д-р Красимира Драгомирова Янчева,

катедра „Икономика и организация на туризма“ в Икономически университет –

Варна, за участие в конкурс за „доцент“ в област на висшето образование 3.

„Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.9.

Туризм, научна специалност „Управление на туризма“, обявен в ДВ, бр.

90/28.10.2025 г.

I. Монография или равностойни публикации (в професионалните направления, в които това е допустимо според ППЗРАСРБ)– по чл. 101, т.3 от ПРАС в ИУ - Варна

7.1. Янчева, К., Управление на дестинация за МІСЕ туризм, Варна: Наука и икономика, 2024, 194. - (Библ. Проф. Цани Калянджиев ; Кн. 97),, ISBN(печатно) 978-954-21-1179-5

Резюме на монографията

МІСЕ индустрията е един от ключовите двигатели на развитието на туристическите дестинации и мощен генератор на доходи, заетост и (чуждестранни) инвестиции. Освен икономически ползи, МІСЕ секторът предоставя възможности за споделяне на знания, работа в мрежа и изграждане на капацитет, което го превръща във важен инструмент за интелектуално развитие и регионално сътрудничество. През последните години МІСЕ туризмът разкрива нови бизнес възможности, които в условията на глобализация и нарастваща конкуренция, създават потенциални сегменти и генерират диверсификация на предлаганите продуктови варианти в туристическата дестинация.

В монографичния труд се защитава тезата, че: Община Варна притежава конкурентни предимства за превръщането ѝ в дестинация за практикуване на МІСЕ туризм при ефективно използване на наличния потенциал и подобряване на условията на развитие. Нейната защита се търси във връзката между атрактивността и многообразието на специалните събития и интереса на туристите чрез прилагане на управленски подход и подходяща маркетингова стратегия. В първа глава са дефинирани същността и особеностите на туристическите места, подходящи за организиране и провеждане на специални събития. Представена е тяхната типологична характеристика и специфични форми на проявление. Конструиран е концептуален модел за управление на дестинация за делови и културни прояви. Във втора глава са изследвани условията и предпоставките за МІСЕ туризм в община Варна. Оценена е конкурентоспособността на община Варна като туристическо място за провеждане на делови, културни и спортни прояви. Очертани са проблемите в управлението им на територията на общината. В трета глава са изведени тенденциите в развитието на МІСЕ туризма. Изследователският интерес е насочен към иновативни подходи и мониторинг в управлението на Варна като дестинация за МІСЕ туризм. Специално място е отделено на стратегическото позициониране на Варна като дестинация за МІСЕ туризм.

Ключови думи: МІСЕ туризм, туристическа дестинация, управление на

дестинация за MICE туризъм

II. Монографии и студии по чл. 104, ал. 1, т.6 от ППАС в ИУ – Варна
8.1. Bulgaria-Tourism Higher Education, Rakadziyska, S. Dyankov, T., Yancheva, K., LAP LAMBERT ACADEMIC PUBLISHING, ISBN: 978-3-659-94050-7, Saarbruecken, Deutschland, 2016

Резюме на цялата монография

През 1965 г. е създадена първата в България Катедра по икономика и организация на туризма, предлагаща 4,5-годишна академична програма. По време на социалистическия период много български и чуждестранни студенти завършват специалност „Туризъм“. Техният интерес се основава на образователната философия на програмата, която предоставя знания не само за икономиката и управлението на туризма в условията на централизирана планова икономика, но и за пазарната икономика, международната среда и уменията, необходими за разбиране на глобалните условия за развитие на туризма. От началните години на демокрацията (след 1989 г.) системата на туристическото образование в България е структурирана основно според правното разделение между професионалното средно образование и университетските специалности (факултети). През 1997 г. България възприема класическия европейски модел на академични степени и въвежда Европейската система за трансфер и натрупване на кредити (ECTS). Оценката на настоящото състояние на висшето образование по туризъм в България се основава на SWOT анализ. Възможностите, свързани с висококачественото специализирано висше образование в областта на туризма, се очаква да подобрят ефективността на усвояването на знания и да допринесат за развитието на професионални компетенции и практически умения.

9.2./10.3 Велева, М., Янчева, К., Кръстев, В. Предпоставки за професионална реализация на студентите от специалност "Туризъм" при ИУ-Варна на територията на туристически райони Варненско и Бургаско Черноморие. "Наука и икономика", 2021, 169, ISBN 978-954-21-1064-4.

Резюме на монографията

Развиването на туристически бизнес в съвременните условия на динамична и променлива външна среда, както и в условията на засилена конкуренция и постоянно повишаващи се изисквания на туристите към качеството на туристическите продукти и услуги изисква комплексна визия за управление.

Използването и прилагането на мултидисциплинарни подходи при разрешаването на различни предизвикателства вече се възприема като стандартна управленска практика, доказала ефективността си в динамичната бизнес-среда. Всичко това обаче не би могло да се случи, ако най-важният ресурс - хората, не са въввлечени в подготовката и изпълнението на тези комплексни управленски практики. От високото им ниво на професионализъм, което те влагат в работата си, зависи не само успехът на изпълнение на краткосрочните организационни цели, но и цялостното дългосрочно развитие на туристическите организации.

Хората са най-важният капитал, с който разполагаме и нашите усилия трябва да започнат с образованието (Министерство на образованието и науката на Република България, 2020). Ето защо, може да се приеме, че при инвестирането в кадрите, от ключово значение е подготовката на високопрофесионални и можещи

кадри, притежаващи необходимите комплексни знания и умения, които да влягат в работата си и да гарантират на туристическите фирми развиването на високо ниво на компетентност и конкурентоспособност. Именно такава подготовка, на високообразовани професионалисти за нуждите на туристическия бизнес, е главна задача на обучението на студентите по туризъм в академична среда. Наред с усвояването на съвременни знания по дисциплините, включени в съответните учебни планове, практическото обучение е съществен елемент от обучението на бакалаври по туризъм в Икономически Университет-Варна, тъй като представлява свързващото звено между теория и практика.

На тази тема са провеждани редица научни изследвания, като например това на Кашли и Илбан. Други изследвания по темата (Абисекера, 2006, Бегс и Гудуин, 2008, Чанг и Чу, 2009, Бар и Бъслър, 2011) потвърждават важноста на практическото обучение за създаването на първи впечатления, за развиване на практически умения на основата на получените в аудиторна среда знания, както и за изграждане на умения за работа в екип, развиване на съпричастност към организационните цели, вписване в организационната среда, възприемане и спазване на утвърдените организационни норми на поведение. Приема се, че това обучение подпомага студентите да осмислят наученото в университетските аудитории, да осъзнаят обвързаността и комплексността на тези знания, както и да им се даде възможност да направят първи стъпки в работна среда, където да се научат да ги прилагат на практика. От тази гледна точка смятаме, че е от изключително значение засилването на интегрираността на академичната подготовка на студентите с тяхната практическа реализация.

Настоящата монография е подготвена в изпълнение на Договор □- НИР-ПНИ-22/27.04.2018г. с Икономически Университет-Варна за научни изследвания и приложни научни разработки, университетски научноизследователски проект на тема: „Предпоставки за професионална реализация на студентите от специалност „Туризъм” при ИУ-Варна на територията на туристически район Варна (Северно Черноморие) и туристически район Бургас (Южно Черноморие)”. Проектът е финансиран за сметка на субсидия от държавния бюджет и е с период на реализация 27.04.2018 - 31.12.2020г. Актуалността на темата на монографията се състои в открояване на предизвикателствата пред ефективното провеждане на практическото обучение на студентите от специалност „Туризъм”, на фона на негативните тенденции на трудовия пазар в България. Големият недостиг и вносът отвън на неподготвени кадри оказват негативно влияние върху качеството на туристическия продукт.

Практическото обучение, базирано върху образователния опит на студентите, играе важна роля за насърчаване на активното взаимодействие между академичните институции и туристическата индустрия за предоставяне на качествено интегрирано обучение. Практическото обучение осигурява разнообразни ползи и за четирите страни, участващи в процеса: студенти, висше училище, туристическа индустрия, регионални управленски структури както и косвено подпомага изпълнението на стратегиите, плановете и програмите за регионално развитие на туризма в двата изследвани района.

Монографичният труд е непосредствено свързан с актуалните проблеми на съвременната туристическа индустрия. Нейният разнороден характер поставя

големи предизвикателства пред образователните институции за комплексно и разнопосочно обучение на студентите. В проучванията все по-често се обръща внимание на това дали институциите, предоставящи висше образование по туризъм, осигуряват ефективно академично обучение и какви са възможностите за практически опит на студентите по начин, по който да им бъдат осигурени необходимите знания и умения за работа в сферата на туризма. От изключителна важност в обучението на студентите по туризъм е доколко в него се предлага определено равнище на практическо обучение, интегрирано в учебната програма.

Работодателите в туризма разчитат на институциите за висше образование да „произвеждат“ възпитаници, които имат не само теоретично разбиране в съответната област, но и практически знания и умения за адаптация към новите предизвикателства на туристическата бизнес среда.

Затова и теоретичната основа на предложената монография е свързана с разбирането, че:

От една страна, академичното обучение по туризъм и практическото такова, което е неизменна част от това цялостното обучение на студентите, трябва да кореспондират с актуалните потребности на туристическия бизнес и световната туристическата практика.

От друга страна, реализацията на професионално обучени кадри по туризъм от Икономически Университет-Варна, трябва да намира подкрепа и разбиране в лицето на регионалните управленски структури: областни управи, общини, общински администрации, НПО и бизнеса (в частност - в двата изследвани района) за необходимостта от съвместно сътрудничество между регионалните управленски структури, представителите на туристическия бизнес и ИУ-Варна, подготвящ кадри за нуждите на туризма.

Предмет на разработката е професионалното практическо обучение на студентите от специалност „Туризъм“ при Икономически Университет–Варна. Обект на изследване са туристически район Варна (Северно Черноморие) и туристически район Бургас (Южно Черноморие).

Във връзка с предмета и обекта на изследване, както и съобразно обосновката на актуалността на избраната тема, поставената основна цел в монографията е: оценка на ролята и значението на практическото обучение по специалност „Туризъм“, провеждано във Варненското и Бургаското Черноморие, и формулиране на предложения за подобряване на професионалната реализация на кадрите чрез развитието и задържането им на регионален принцип.

Изпълнението на поставената цел се осъществява чрез решаване на следните научно-изследователски задачи:

» анализ и оценка на световни практики за практическото обучение по специалност „Туризъм“;

» анализ на структурните и функционални особености на туристически райони Варненско и Бургаско Черноморие в корелация с професионалната реализация на студенти от специалност „Туризъм“ при ИУ-Варна;

» методология на изследване на професионално практическото обучение на студентите от специалност „Туризъм“ при Икономически Университет – Варна;

» оценка на професионално практическото обучение на студентите от специалност „Туризъм“ при Икономически Университет – Варна.

Основна теза на авторите е, че съществуват възможности за повишаване на ефективността на провеждане на практическото обучение на студентите от специалност „Туризъм”, ИУ-Варна, което да подпомогне още по-успешното им професионално интегриране в сферата на туризма.

Нейното доказване се основава на приемането или отхвърлянето на следните работни хипотези:

Професионалното практическо обучение на студентите от специалност Туризъм:

- Хипотеза 1: Подпомага професионалната им реализация в двата изследвани туристически района;
- Хипотеза 2: Стимулира взаимодействие между образователните институции, бизнеса и регионалните управленски структури;
- Хипотеза 3: Съдържа потенциал за професионалната реализация на кадрите в туризма.

Реализирането на основната цел и изпълнението на поставените задачи на проучването се осъществяват чрез приложение на разнообразни изследователски методи като системен и процесен подход, методи на научния анализ и синтез, индукция и дедукция, теренни анкетни проучвания, наблюдение и експертни оценки, интервюта, дескриптивни статистически методи и др.

Основните ограничения при подготовката на разработката се свързват с:

- Липса на статистически данни във времето по изследваната проблематика в регионалните статистически институти, университетските бази данни и функционалните звена;
- Липса на научен интерес към изследванията по проблематиката в България;
- Промяна в реда и условията за провеждане на професионално практическото обучение в Икономически Университет – Варна от 2017/2018 учебна година.

Отделните части на монографията са написани от:

- доц. д-р Вилиян Кръстев - глава втора;
- гл.ас.д-р Мария Велева – увод; глава първа; глава трета, глава четвърта -параграфи 4.2, 4.3;
- гл.ас.д-р Красимира Янчева – глава трета, глава четвърта - параграфи 4.1, 4.2. и заключение;

11.4. Маринов, С., Казанджиева, В., Янчева, К., Дянков, Т., Донева, Я., Филипова, Х., Попова, К., Велева, М., Александрова, М., Сантана, Х. Мониторинг на устойчивото развитие на морска туристическа дестинация : [Колективна монография]. Варна : Наука и икономика, 2022, 236., ISBN(печатно) 978-954-21-1119-1

Резюме на монографията

Монографията "МОНИТОРИНГ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА МОРСКА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ" представя значими теоретични и емпирични подходи, засягащи както устойчивото развитие на туризма, така и неговия мониторинг в морски туристически дестинации. Основната теза в монографичния труд е, че мониторингът е системен и перманентен процес на събиране и интерпретация на данни, интегриран в управлението на

туристическите места. Реализирането на процеса е необходимо и полезно, за да се обективизира оценката за устойчивото развитие на дестинациите. Изследователската цел в разработката, е оценка на хармоничното развитие на туризма в областите Добрич, Варна и Бургас. На основата на направената оценка се определят възможности за оптимизиране на мониторинговия процес в морска дестинация, чрез изследване на неговите особености, специфичен инструментариум и информационно осигуряване. Авторите на монографичния труд представят качествено проучване, основано на научно-теоретичен подход. Изборът му е обоснован от статуса и характера на вторичните данни за състоянието на мониторинга на устойчивото развитие на морска дестинация, който е основен и пряк предмет на изследване в ограничен брой научни публикации. В разработката са приложени системен и интердисциплинарен подход за определяне на структурата и елементите на туристическата дестинация, вътрешните и външните връзки между тях, влияещи на нейното управление и устойчиво развитие. Представени са резултати от български и международни изследвания, както и добри практики в мониторинга на устойчивия туризъм на морските дестинации.

12.5. Маринов, С., Филипов, Г., Алексиева, С., Илиева, Г., Янчева, К., Дянков, Т. Програма за развитие на туризма на територията на община Варна за периода 2021-2030г. Варна: ФИЛ ООД, 2022, 255., ISBN(печатно) 978-954-9741-53-7

Резюме на монографията

Настоящата програма за развитие на туризма в община Варна обхваща периода 2021-2030 г. Тя систематизира визията, целите, стратегиите, приоритетите, мерките и проектите по отношение на общинската територия. Програмата представя платформа за координирани действия на всички заинтересовани страни за ефективното усвояване на туристическия потенциал на общинската територия. Програмата за развитие на туризма в община Варна в периода от 2021 до 2030 г. включва аналитична и програмна част. Аналитичната част съдържа анализ на развитието на туризма в община Варна, на основата на който е направена оценка на туристическите ресурси, инфраструктурата, суперструктурата, действията на заинтересованите от туризма страни (субекти), маркетинговите позиции на общината като туристическа дестинация и въздействията на туризма на общинско равнище. Посредством методите на PEST и SWOT анализа се 13 обобщават силните и слабите страни, заплахите и възможностите, свързани с развитието на туризма в общината. Програмната част включва формулировка на визията, целите, стратегиите и приоритетите за устойчиво развитие на туризма в община Варна. В нея са представени сценарии за възстановяване на туризма след пандемията COVID 19. Разработени са конкретни, финансово обвързани проекти и действия за развитие и усъвършенстване на отделните компоненти на дестинацията. При разработването на програмата са използвани информационни източници и документи като: закони; международни документи, национални, регионални и общински планови документи; проучвания и публикации в областта на туризма.

13.6. Yancheva, K., Пиева, E. STUDY OF THE SPECIFIC COVID-19 PANDEMIC EFFECTS ON THE BULGARIAN TOURISM LABOUR MARKET. Economic Studies, София: БАН, 31, 2022, 8, 107-131, ISSN 0205-3292

Резюме на студията

Пандемията от Covid-19 оказва значително въздействие върху туризма през последните две години. Туристическата индустрия заема съществен дял от световния БВП и представлява важен сектор по отношение на заетостта. Големият отлив на квалифицирани, опитни и мотивирани кадри в туризма е сериозен проблем за бъдещото възстановяване и перспективите за развитие на туристическия бизнес. Дестинации, зависими от туризма, като България, са сред най-силно засегнатите. Почти 11% от българската икономика се формира от туристическата индустрия. Някои региони, като Черноморското крайбрежие, са сред най-зависимите от туризма райони в страната, тъй като голяма част от населението намира своята основна препитание в туристическата заетост. Освен това, като туристическа дестинация с традиции, основата на българския туризъм се състои в опитните и квалифицирани работници в сектора.

Основната цел на настоящата студия е да се изследва въздействието на пандемията от Covid-19 върху пазара на труда в българския туризъм, с цел да се разкрият бъдещите перспективи за неговото развитие.

14.7. Rafailova, G., Dyankov, T., Yancheva, K., Entrepreneurial Culture in the Regional Museums of History in Bulgaria - Case Study of Regional Museum of History Varna, BUSINESS & Management Compass – Varna: Univ. of Economics 68, 2024, 4, 43-81, ISSN 3033-0106

Резюме на студията

Настоящото изследване има за цел да определи и обсъди възможностите за развитие на предприемаческа култура в управлението на регионалните исторически музеи в България, на основата на казус с Регионалния исторически музей – Варна (РИМ – Варна), България. Предизвикателната среда за успешно функциониране на обществените културни институции, гарантираща устойчив поток от финансови средства, посетители и обществена подкрепа в настоящето и бъдещето, налага съответна промяна в управленския подход.

Музеите, които се субсидират от държавата и имат ключови функции в научноизследователската и консервационната дейност, трябва да развиват по-изразена предприемаческа ориентация, въпреки че това често влиза в противоречие със социалната им мисия и ограниченията, произтичащи от техния правен статут.

Изследването разглежда предприемаческата култура в музеите като обществени културни институции от интердисциплинарна гледна точка. То следва теоретичните основи на организационната култура, креативното предприемачество и хибридно преживяване. Моделът на предприемаческата култура е изграден чрез развиване на идеята за комбиниране на характеристиките на традиционните, научно ориентирани и съвременните, насочени към посетителите музеи.

В статията се обсъждат средата и визията за внедряване на предприемаческа култура в управлението на регионалните исторически музеи в България чрез казусното изследване на Регионалния исторически музей – Варна.

III. Научни статии

15.1. Янчева, К., Българският фолклор като антропогенен ресурс за културно-познавателен туризъм- „Международной научно-практической конференции «СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ», която состоится 30 сентября – 1 октября 2011 г. В г. Махачкале”, Изд. Филиал ФГБОУ ВПО "Российский государственный университет туризма и сервиса" Махачкале октомври 2011, стр. 186-190, ISBN 978-5-9903350-1-1

Резюме на статията

Според прогнозите на Световната туристическа организация търсенето на културно-познавателни туристически пътувания до 2020 година ще расте с изпреварващи темпове в сравнение със средните темпове на растеж на туристическото търсене като цяло. Според изследване на Европейската комисия 20% от туристическите пътувания на континента са свързани с културно-познавателни мотиви, а 60% от европейските туристи се интересуват от посещение на културни атракции по време на своята ваканция.¹

Един от най-забележителните културно-исторически ресурси на България е **българският фолклор**. Богатото съдържание, разнообразието и динамичността на българските фолклорни песни и танци, представяни в автентична социо-културна среда, могат да бъдат добри предпоставки за развитието на основни културни атракции за туристите в България.

От тази гледна точка **целта** на настоящата статия е да оцени възможностите на българския фолклор за реализиране на културно-познавателни туристически пътувания (КППП).

16.2. Янчева, К., Потенциал фольклорно-этнографических районов Болгарии для повышения качества культурного анимированного содержимого, СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ, Материалы II Международной научно-практической конференции, 13-15 марта 2014 года, Том, Махачкала, Изд. ALERH, с. 536-542, ISSN 978-5-4242-0227-8

Резюме на статията

Развитието на съвременния туризъм е изключително динамично. Непрекъснато биват разкривани нови туристически обекти, разширяват се туристическите пазари, а конкуренцията става все по-интензивна. Съвременните туристи се отличават с все по-голям опит, изисквания, все по-критично оценяват съотношението качество / цена, търсят все повече емоции, нови изживявания и атракции. Това поставя нови изисквания към туристическото предлагане. Налага се непрекъснато усъвършенстване и повишаване на качеството на туристическия продукт.

За да се гарантира конкурентоспособността на туристическата дестинация, следва да се разшири асортиментът от допълнителни услуги и да се увеличи предлагането на атрактивни форми и видове туризъм. Следователно фолклорът може да се превърне в конкурентно предимство за българския туризъм. По този начин може да се повиши интереса към България, да се намали сезонната и териториалната концентрация на

¹ http://www.etc-corporate.org/resources/uploads/etc_citytourism&culture_lr.pdf

туристи, което би довело до по-равномерно натоварване на наличния капацитет и целогодишни постъпления от туризъм.

Във връзка с това предлагам варианти на нови фолклорно-анимационни продукти, базирани на потенциалът на фолклорно-етнографските области на България, приложими за анимационно обслужване в хотел.

17.3. Янчева, К., Аспекти на усъвършенстване на фестивалния туризъм в България- Сп. „Известия на ИУ-Варна”, бр. 4/2014г. Стр. 52-67, ISSN 2367-6361

Резюме на статията

В съвременната социална система, туризмът има все по-голямо значение, въпреки индикациите за спад в туристическото търсене вследствие на кризисните процеси в икономиката. Една от основните тенденции е развитието на алтернативни форми на туризъм. Същността на алтернативния туризъм е застъпена в неговото наименование – той е алтернатива на масовия или традиционен туризъм, като именно в това се крие неговото значение – чрез допълване на формите на масовото туристическо предлагане, алтернативният туризъм допринася за:

- подобряване на туристическия продукт на региона или дестинацията;
- привличане на нови целеви групи туристи;
- популяризиране и последващо опазване на природните и антропогенни туристически ресурси за региона или дестинацията;
- предоставяне на допълнителна заетост на местното население и пр.

Фестивалният туризъм е също вид алтернативен туризъм, който изисква разнообразни ресурси-природни и антропогенни. Днес, той е предпочитан заради уникалния туристически продукт, който предлага, но развитието му в България се нуждае от подобряване и усъвършенстване. Добър пример за това как фестивалните прояви задоволяват потребностите на повече и различни целеви групи туристи е ***Фестивалът на народната носия в село Жеравна.***

Обект на изследване в настоящата статия е фестивалът на носията в село Жеравна.

Предмет на изследване в разработката е положителният опит за организиране и провеждане на фестивални събития в България.

Цел на настоящата статия е анализ и оценка на фестивала в Жеравна като добра практика за развитие на фестивален туризъм в България.

Актуалността на темата се мотивира от следното:

- България, предлага разнообразни възможности за развитие на фестивален туризъм. Счита се, че той е в основата на подобряване на туристическото търсене и предлагане и преодоляването на много от икономическите и социални проблеми в страната;

- Село Жеравна е пример за място, което разполага с ресурси за предлагане на алтернативни форми на туризъм и по специално с възможности за развитие на фестивален туризъм;
- Наличието на някои проблеми в село Жеравна- например обезлюдяване, проблеми с инфраструктурата и безработица намаляват конкурентоспособността на дестинацията, като се счита, че подобряване на предлагането чрез активизиране и популяризиране на фестивалния туризъм допринася за повишаване на туристическото търсене в региона.

Задачите, които се поставят за реализиране на поставената в статията цел са следните:

- Да се направи кратка характеристика на същността и значението на фестивалния туризъм в България;
- Да се представи концепцията на фестивала на народната носия в Жеравна;
- Да се използва добрият пример на Жеравна за успешно развитие на фестивален туризъм в България.

Информационна база за настоящето изследване са литература по темата, лични интервюта, както и анкетно проучване, свързано с развитието на фестивалния туризъм в региона.

18.4. Янчева, К., Роля на сватбения туризъм за развитието на голф комплексите по българското Черноморие – Тенденции и предизвикателства пред глобалния туризъм, научно списание „Инфраструктура и комуникации” на факултет „Икономика на инфраструктурата”, УНСС – София, година 5, октомври 2015, с.265, ISSN 1314-0930

Резюме на статията

Нишовите форми на туризъм представляват нарастващ обект на внимание в туристическата наука. Една от малко изследваните форми на нишов туризъм е специализираната микрониша на сватбения туризъм. В рамките на нарастващия обем литература, посветена на нишовите форми на туризъм в България, досега е отделено минимално внимание на концепцията за сватбения туризъм. Настоящата статия запълва тази изследователска празнина чрез експлораторен анализ на сватбената туристическа индустрия в България като цяло и по-конкретно на голф дестинациите.

Емпиричният материал е фокусиран върху пространствената организация на сватбените обекти в България, като голф дестинациите са разгледани като основен фокус. Резултатите показват, че „мястото има значение“ – както при избора на локация от международни и вътрешни клиенти, така и при формирането на отделни клъстери от обекти, които не са свързани с моделите на населението. Интервютата разкриват, че сватбеният туризъм е нарастваща дейност за много туристически и хотелиерски предприятия и често е свързан с бизнес туризма чрез организирането на конференции. Разширяващата се доходност на сватбения туризъм привлича нови участници в хотелиерския сектор към този нишов пазар и съответно повишава нивото на конкуренция в тази специфична форма на туризъм.

19.5. Янчева, К., Фолклорная обрядность Болгарии в контексте туризма, Социально-политические и эколого-хозяйственные проблемы развития Балтийского региона. Материалы международной научно-практической конференции 19–20 ноября 2015 года. Псков : Псковский государственный университет, 2015, ISBN 978-5-91116-407-2, с.107

Резюме на статията

Бързо променящите се потребности на съвременния турист налагат разработването и предлагането на атрактивен туристически продукт. Една възможност за обогатяване, разнообразяване на този продукт „се крие“ нематериалното културно наследство на България. Българските обреди, обичаи, традиции са основен ресурс, символ на автентичност, уникалност, емоция, който следва да се интегрира в съвременния продукт на туризма.

20.6. Кадиева, С., К. Янчева, Град Варна като дестинация за развитие на MICE ТУРИЗЪМ, научни трудове от кръгла маса „Специализирани видове туризъм”2-4 юни, Академично издателство на Аграрен Университет-Пловдив, Том LX, кн 1, 2016, с. 263, ISSN print 1312-6318, online 2367-5845

Резюме на статията

Секторът на туризма, свързан със срещи, инсентив, конгреси и изложби (MICE), се разраства бързо в световен мащаб и особено в Азиатско-тихоокеанския регион. Едно от важните предизвикателства, породени от бързия растеж на този сектор, е поддържането на стандартите на обслужване в контекста на интензивна конкуренция за тази форма на туризъм. По-специално, развитието на умения в областта на информационните технологии се счита за съществено за предоставянето на качествено обслужване на туристите. След кратко описание на MICE сектора и неговите основни заинтересовани страни, статията разглежда условията и предпоставките за развитие на туризма в град Варна. Представени са резултатите от проведеното от авторите проучване на конгресни и конферентни центрове и хотелски комплекси в град Варна относно съоръженията и перспективите за развитие на MICE туризъм във Варна. На тази основа са очертани възможностите за превръщането на Варна в конкурентна дестинация за MICE туризъм.

21.7. Янчева, К., Участие българского фольклора в туристическом предложении Болгарии как дестинации, международную научно-практическую конференцию Историческая география Восточной Европы: природное и культурное наследие», ноябрь 2016, Историческая география Восточной Европы: природное и культурное наследие. Материалы Международной научно-практической конференции 24–25 н- ября 2016 года. — Псков : Псковский государственный университет, 2016. — 214 с. ISBN 978-5-91116-523-9,с, 135-142

Резюме на статията

Тази статия изследва актуален, но недостатъчно обсъждан въпрос в теорията и практиката на туризма, относно ролята, мястото и приложението на българския фолклор в туризма. Мотивацията на автора за изследване на тази тема произтича от подценяването, непълното и нерационалното използване на потенциала на фолклора за развитие на туризма в България и дори пренебрегващото отношение към потенциала на този безценен туристически ресурс, известен като „български

фолклор“. Ключови думи: български фолклор, туристически продукт, туристическа оферта, дестинация България, фолклорен туризъм.

22.8. Янчева, К., Позиционирование продукта младежкого туризма на територии Варна как туристской дестинации, Туристско-рекреационный потенциал, природное и культурное наследие Восточной Европы, : Материалы Международной научно-практической конференции 24–25 ноября 2017 года. — Псков : Псковский государственный университет, 2017. — 214 с. ISBN 978-5-91116-612-0, с.32-42

Резюме на статията

Това изследване има за цел да идентифицира потенциала на младежкия туризъм, да подчертае неговата актуалност в контекста на динамичното развитие на туристическата индустрия във Варна и да установи правилното му позициониране.

23.9. Велева, М., К. Янчева, Възможности за справяне с детската агресия в туристическата анимация чрез креативен туризъм, Eastern Academic Journal, изд. „Miracle A“, ООД, Бургас, брой 4, стр. 1-9, декември 2017 г., съавтор Мария Велева, ISSN: 2367-7384

Резюме на статията

Целта на тази статия е да се разгледат някои поведенчески характеристики на детската агресия, за да се предложат възможности за справяне с нея чрез приложение на креативния туризъм. Приложените методи на изследване са теоретичен синтез, теоретичен анализ и наблюдение. Предполагаме, че креативният туризъм има голям потенциал за справяне с детската агресия в туристическата анимация, ако се прилага по специфични начини. За да разкрием естеството на агресията в детското поведение, ние конкретизираме причините: агресивното поведение при децата, особено когато липсват социални умения, се използва за привличане на внимание, за постигане на цел, за задоволяване на желанието за лидерство, за надделяване или потискане на другите. Настояваме върху важноста на способността на аниматорите да се справят с детската агресия и прецизираме и конкретизираме процеса. Изграждането на социални умения, развиването на емоционална интелигентност и участието в позитивно групово поведение са някои от предложенията, които предлагаме като възможности за справяне с детската агресия в туристическата анимация. Фокусът върху детската агресия в работата на туристическите аниматори осветлява проблем, който все още е девствен по отношение на изследванията в българските научни публикации. Това, както и предложението как креативният туризъм може да играе значителна роля в справянето с детската агресия, са иновативни и могат да допринесат за други изследвания, свързани с туристическото поведение.

24.10. Тодор Дянков / Вилиян Кръстев / Красимира Янчева, Оценка на бранд идентичността на България като туристическа дестинация, ТУРИЗЪМ 19 Оригинална научна статия Том 66/№ 1/ 2018/ 19 - 34 УДК: 338.48-44 (088.7) (497.2), Подадено: 10.09.2017 г. Прието: 27.02.2018 г. Международно интердисциплинарно списание, публикувано тримесечно Том 66 № 1/ 2018/ 1 - 108 УДК 338.48 ISSN 1332-7461 (Печатно издание) ISSN 1849-1545 (Онлайн) (стр. 19-34)

Резюме на статията

Статията разкрива критично актуалната бранд идентичност на туристическата дестинация България от гледна точка на нейните многоизмерни аспекти. Съответните характеристики на изследваната бранд идентичност отразяват сложното влияние на меката сила на дестинацията, имиджа на дестинацията и бранд имиджа на дестинацията. Поради тази причина статията се фокусира върху теоретичното изясняване на значенията и взаимовръзката на горепосочените категории във връзка с последващите им емпирични оценки и въпроси, свързани с възможностите за подобряване на бранд позицията на дестинация България на световния туристически пазар. За да изпълнят успешно тази задача, авторите предлагат емпиричен модел, чрез който да изразят и тестват своята изследователска концепция.

25.11. Ракаджийска, С., К. Янчева, Българската съвременна наука за туризма – състояние и предизвикателства, XIV Международна Научна Конференция „Съвременната наука, бизнесът и образованието”, Годишник на висше училище по мениджмънт ТОМ XI, Издателство на ВУМ, Добрич 2018, ISSN 2367-7368, с. 168-183

Резюме на статията

Тази статия проследява актуални научни изследвания за туризма на български автори в два аспекта: тематична/ проблемна/ ориентация и постигнати резултати. Всички те са рецензирани и публикувани след представяне на научни форуми с международно участие в страната в периода 2015-2017 г. На базата на контент анализ, по изведени водещи рубрики, синтезирано се представят аспектите на изследователската работа на българските автори. Очертават се състоянието и предизвикателствата пред българската наука за туризма. Ключови думи: туризъм, научни изследвания, област на научен интерес, резултати от изследването.

26.12. Ракаджийска, С., К. Янчева, Маркетингов подход за усъвършенстване на портфолиото на международен фолклорен фестивал „Варненско лято” като културно-туристически продукт, Научна конференция „Наука в служба на обществото-2018”, Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, 2018, vol. 7, issue 1, 66-77, ISSN 1314-7390 print, 2603-4085 online

Резюме на статията

Настоящата работа разкрива възможности за подобряване на портфолиото на Международния фолклорен фестивал „Варненско лято“ с цел увеличаване на ефектите от неговото провеждане. Теоретичната аргументация на изследването използва маркетинговата теория за формиране на продуктово портфолио. С помощта на анкета и SWOT анализ се открояват силните и слабите страни на фестивала като културен и туристически продукт. Предвидени са действия, които трябва да се предприемат в съответствие с маркетинговия подход за формиране на продуктово портфолио.

27.13. Маринов, С., Янчева, К., Дянков, Т. (2019). Дестинация България по Пътя на Коприната - възможности и предизвикателства. Списание „Известия“ на Съюза на учените - Варна. Серия „Икономически науки“, 8(3), 81-90. doi:10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.3.81 Списание „Известия“ на Съюза на

учените - Варна. Серия „Икономически науки“, Година: 2019, Том: 8, Брой: 3, ISSN (печат): 1314-7390, ISSN (онлайн): 2603-4085

Резюме на статията

Статията отразява някои резултати от текущия изследователски процес в рамките на проекта „Местна култура по Пътя на коприната – SILC“, който се провежда по Съвместната оперативна програма „Черноморски басейн“ 2014-2020 г. Проектът SILC все още е в процес на разработване от изследователските партньори от Армения, България, Грузия, Гърция и Румъния. Авторите на статията представляват изследователския екип от българска страна и вече са подготвили предварителни проучвания съгласно изискванията на проекта. В тази връзка източната част на дестинация България се превърна във фокусна територия на изследователския обхват. Поради тази причина основната цел на настоящата статия е да очертае стратегическите възможности, произтичащи от проекта за местна култура по Пътя на коприната – SILC за дестинация България, базирани на успешно приложени добри международни практики.

28.14. Велева, М., Янчева, К. (2019). Практическото обучение в помощ на регионалния бизнес в процеса на привличане и задържане на квалифицирани кадри. Известия на Съюза на учените - Варна. Серия „Икономически науки“, 8(1), 129-140. doi:10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.1.129 Известия на Съюза на учените - Варна. Серия „Икономически науки“, Година: 2019, Том: 8, Брой: 1 ISSN (печат): 1314-7390 ISSN (онлайн): 2603-4085

Резюме на статията

Целта на тази статия е да се открият проблемите и възможностите за интегриране на завършилите университети в туристическата индустрия чрез техния практически стаж и да се предложи методология за измерване на неговата ефективност. Изследването извежда на преден план най-често срещаните проблеми и особености в практическото обучение на студенти по туризъм в дванадесет държави: извънреден труд без заплащане; липса на надзор и контрол върху представянето на студентите; недостатъчно адаптиране; липса на обучение на работното място; студентите стават обект на тъмно ръководство и са пряко дискриминирани или им се отказва пълното право на труд и справедливо заплащане; разминаване между твърде високите очаквания за работата и реалността; учебните програми не винаги отговарят на нуждите на туристическата практика. Въз основа на анализа на студентския стаж в специалност „Туризъм“ в Икономическия университет - Варна се предлага нова методология за измерване на неговата ефективност. Ключови думи: туризъм, студентски стаж, висше образование по туризъм, завършили специалност „Туризъм“, методология на изследването

29.15. Янчева К. Д., Предложения о повышении конкурентоспособности СПА и велнес-туризма на территории муниципалитета Варна, Болгария, Научное издание: Природное и историко-культурное наследие Восточной Европы как объект социально-географических исследований: Материалы Международной научно-практической конференции 25–26 октября 2019 г. / Под ред. А. Г. Манакова. — Псков : Псковский государственный университет, 2019. — 208 с. ISBN 978-5-91116-880-3, 35-43

Резюме на статията

Много малко страни в Европа могат да се конкурират с България в областта на спа, балнео и уелнес туризма. Благодарение на изобилието и разнообразието от термални минерални води и находища на лечебна кал, България заема водеща позиция в този вид туризъм. Някои от минералните извори на страната са разположени на брега на Черно море. Това предоставя възможности за ефективно лечение и профилактика на много заболявания, създава отлични условия за почивка и отдих и е предпоставка за целогодишно посещение на страната, особено на Северното Черноморие, с център Варна. Ключови думи: спа туризъм, уелнес туризъм, туристическа дестинация, туристически продукт, конкурентоспособност

30.16. Маринов, С., Янчева, К., Дянков, Т. (2019) Проектът за местна култура Silc Road: възможности за дестинация Варна в Черноморския регион, Известия на Съюза на учените – Варна, „Културно наследство във Варна и Черноморския регион“, 27 септември 2019 г., стр. 23-32, ISSN 2738-7372

Резюме на статията

Докладът е посветен на проекта „Местна култура на Пътя на коприната“ – SILC – по Съвместната оперативна програма „Черноморски басейн“ 2014-2020 г. Програмата е съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския инструмент за съседство и от участващите страни: Армения, България, Грузия, Гърция, Румъния. Докладът очертава възможностите, произтичащи от проекта „Местна култура на Пътя на коприната“ SILC за Варна в контекста на добрите международни практики за използване на културното и историческо наследство на Пътя на коприната за туристически цели.

31.17. Янчева, К. (2020). Анализ и оценка на професионалното практическо обучение (стаж) на студентите по специалност „Туризъм“ в Икономически университет - Варна. Списание „Известия“ на Съюза на учените - Варна. Серия „Икономически науки“, 9(1), стр. 45-53. DOI: <https://doi.org/10.36997/IJUSV-ESS/2020.9.1.45>, ISSN (печат): 1314-7390 ISSN (онлайн): 2603-4085

Резюме на статията

Тази статия има за цел да представи резултатите от проучване, проведено по изследователски проект на тема: „Предпоставките за професионално развитие на студентите от специалност „Туризъм“ в Икономическия университет във Варна в рамките на туристическата област Варна (Северно Черноморие) и туристическата област Бургас (Южно Черноморие)“. В статията е показано отношението на студентите от специалност „Туризъм“ в Икономическия университет във Варна към цялостния процес на провеждане на професионално практическо обучение (стаж) по специалността. Ключови думи: Висше образование; Учебен план; Извънкласни образователни форми, Студентски стаж.

32.18. Янчева, К., Димитрова, Д. Промотиране на EDEN дестинации в България – пътят за устойчиво развитие на туризма. TOURISMOS: Международно мултидисциплинарно реферирано списание за туризъм, Хиос, Гърция: Университет на Егейско море, 13, 2021, 1, 163-197., ISSN: 1790-8418 (печатно издание) ISSN: 1792-6521 (онлайн)

Резюме на статията

Инициативата „Европейски дестинации с високи постижения“ (EDEN) предоставя възможност за повишаване на видимостта и разпознаваемостта на нововъзникващи европейски туристически дестинации, за създаване на платформа за обмен на добри практики на европейско ниво и за насърчаване на мрежа между награждавани дестинации, която би могла да насърчи други дестинации да възприемат модела за устойчиво развитие на туризма. Проектът EDEN е отличен вариант за дестинации, които не разполагат с необходимите финансови средства, но искат да развият туризъм. Той предоставя възможност всеки туристически продукт да бъде рекламиран безплатно в другите държави-членки на ЕС.

33.19. Дянков, Т., Янчева, К. (2021). Възможни маршрути за културен туризъм по Пътя на коприната в България. Известия на Съюза на учените - Варна. Серия „Икономически науки“, 10(3), стр. 82-92. ISSN (печат): 1314-7390, ISSN (онлайн): 2603-4085, DOI: <https://doi.org/10.36997/IJUSV-ESS/2021.10.3>, Известия на Съюза на учените - Варна. Серия „Икономически науки“, Година: 2021, Том: 10, Брой: 3

Резюме на статията

Докладът систематизира теоретичните постановки за конкурентоспособността на предприятието и уточнява насоките за тяхното практическо приложение според спецификата на туристическото предприятие (ТП). Дефинирана е конкурентоспособността на туристическото предприятие. Представени са процесът и методите за оценка на конкурентоспособността на туристическото предприятие и разработване на профил на основните конкуренти. Разграничават се и интерпретират факторите за повишаване на конкурентоспособността на туристическото предприятие. Обсъждат се възможни стратегии за повишаване на конкурентоспособността на туристическото предприятие. Ключови думи: Бизнес икономисти, Конкурентоспособност, Диверсификация, Туристическо предприятие, Туристически пазар

34.20. Рафаилова, Г., Дянков, Т., Янчева, К. Възможности за развитие на регионалните исторически музеи в България (по примера на Nordland Museum, Норвегия). Вестник на Съюза на учените – Варна. Поредица Икономически науки, Съюз на учените - Варна, 11, 2022, 2, 47-56., ISSN(печатно) 1314-7390, ISSN(онлайн) 2603-4085

Резюме на статията

Управлението на музеите през 21-ви век и след това е изправено пред редица предизвикателства, наложени от бързо променящата се, агресивна среда на търсене и предлагане и динамична среда, както и от различни модели на потребителско поведение. Във връзка с правилния път за успешното си развитие, музеите в България трябва да обърнат внимание на тази среда, нейните фактори, „новите“ потребители, „новите“ тенденции, добрите световни практики, „новите“ възможности. В противен случай музеите ще функционират неефективно и удовлетвореността на потребителите ще остане непроменена. Основната цел на тази публикация е да представи насоки за прилагане на съвременни и предприемачески подходи, необходими за развитието на музеите в България, базирани на успешни чуждестранни практики.

35.21. Дянков, Т., Янчева, К. Вино и християнство – модел за устойчив туризъм. Национална кръгла маса „Устойчив винен туризъм в контекста на зелената сделка“, Аграрен университет – Пловдив, L14, 2022, 2, 100-109., ISSN(онлайн) ISSN 1312-6318 / DOI 10.22620/sciworks.2022.02.010

Резюме на статията

Основните предизвикателства пред трансформацията на българския туризъм произтичат от спецификата на постковидните реалности, характеризиращи се с изключително конюнктурен характер за страната и региона. Значителните колебания, настъпили през последните няколко години, пораждат необходимостта от ново маркетингово позициониране на България на вътрешния и международния туристически пазар. Преоткриването на връзката между виното и християнството би имало иновативно въздействие върху развитието на дестинация България чрез прилагането на концептуален модел за устойчив туризъм. В тази насока основната цел на настоящата публикация е поставена по начин, който провокира научните и бизнес общности към нова стратегическа визия.

36.22. Янчева, К. (2023). Насоки за подобряване на събитийния туристически продукт. Вестник „Известия“ на Съюза на учените - Варна. Серия „Икономически науки“, 12(2), стр. 126-138. <https://doi.org/10.56065/IJUSV-ESS/2023.12.2.126>, ISSN (печат): 1314-7390 ISSN (онлайн): 2603-4085

Резюме на статията

Тази статия разглежда събитийния туризъм като специализиран вид, който претърпява бързо развитие през последните години, не само в световен мащаб, но и в България. Успешното внедряване и реализиране на неговия продукт обаче е свързано с познаването на редица характеристики и ефективното управление на дестинацията за събития. В тази връзка, стремежът на автора е да изведе и систематизира насоките за подобряване на събитийното предлагане, следвайки примера на курорта Свети Константин и Елена. Ключови думи: Събитийен туризъм, Събитийен туристически продукт, Събитийна дестинация, Управление на събитийна дестинация

IV. Научни доклади

37.1. Томова, С., К. Янчева, Приложение на някои психофизически методи при обучението на аниматори, Международна научна конференция на тема „ОТГОВОРЕН ТУРИЗЪМ 2020“, посветена на 50 години от създаването на КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ-ВАРНА, Октомври 2013, изд. Наука и Икономика, стр.209, ISBN 978-954-21-0666-1

Резюме на доклада

Целта на доклада е да представи някои психофизически методи при обучението на аниматори като йога, йога флай, тай чи чиан и др.

Ключови думи: анимация, аниматор, обучение, психо-физически методи, йога, йога флай, автогенен тренинг, тайчи чуан.

38.2. Янчева, К., Туристически продукти, базирани на основата на българския фолклор, Международна научна конференция на тема „ОТГОВОРЕН ТУРИЗЪМ 2020“, посветена на 50 години от създаването на КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ-ВАРНА, Октомври 2013, Изд. Наука и Икономика, с. 219-229, ISBN 978-954-21-0666-1

Резюме на доклада

Развитието на съвременния туризъм е изключително динамично: непрекъснато се разкриват нови туристически обекти, разширяват се туристическите пазари, а конкуренцията става все по-интензивна. Съвременните туристи се отличават с все по-голям опит, изисквания, все по-критично оценяват съотношението качество/ цена, търсят все повече емоции, нови изживявания и атракции. Тези обстоятелства поставят нови изисквания към туристическото предлагане и налагат непрекъснатото усъвършенстване и повишаване на качеството на туристическия продукт. За да се гарантира конкурентоспособността на туристическата дестинация, следва да се разшири асортиментът от допълнителни услуги и да се увеличи предлагането на атрактивни форми и видове туризъм

39.3. Янчева, К., Ролята на винения туризъм за подобряване на социално-икономическия климат в Мелник, V Международной научно-практической конференции «Формирование туристического имиджа территории Северного Кавказа. Анализ, практика, проблемы, перспективы» (18-19 ноември 2014 г.) Изд. Алеф- Махачкала, стр.59, ISBN 978-5-9909107-0-6

Резюме на доклада

Една от световните тенденции в туризма е нарастващото търсене на по-традиционни и т.нар. алтернативни форми на пътуване. През последното десетилетие виненият туризъм се оформя като значим отрасъл в световен мащаб. В много страни той вече е приоритетно направление в развитието на туризма. Виненият туризъм е сравнително ново направление в България. Неговата цел е да популяризира виното, лозарството и всички свързани с тях дейности — от отглеждането на лозя и производството на вино до дегустациите и съпътстващите преживявания, включващи местна кухня, традиции и обичаи. Често той се комбинира с други видове туризъм — културен, исторически, хоби или селски, като по този начин допринася за оформянето на специфични винени региони като алтернативни туристически дестинации. Актуалността на темата на доклада се определя от възможностите, които България — и по-специално град Мелник — притежава за развитие на винен туризъм. Целта на доклада е да разкрие ролята на винения туризъм за подобряване на социално-икономическия климат в град Мелник и за превръщането му в конкурентоспособна и устойчива туристическа дестинация.

40.4. Янчева, К., Технология за разработване и внедряване на фолклорен анимационен продукт в туризма, Югозападен Университет „НЕОФИТ РИЛСКИ“ – БЛАГОЕВГРАД, Стопански Факултет, Катедра Туризъм, Международен туристически форум “СПА и ВИНО” 16.10.2014 – 20.10.2014, Интерхотел Сандански (Сандански, България) и о-в Корфу (Гърция), Издателство на ЮЗУ „Неофит Рилски”, 2014, стр. 275-286, ISBN 978-954-680-954-4

Резюме на доклада

България е страна с богато културно наследство. Българският национален фолклор е обект на възхищение по целия свят. Той притежава голяма сила, пленявайки туристите и връщайки ги към „старите времена“. В нашата страна има повече от 50 традиционни сватбени обичаи и ритуали, които са запазили

автентичния си вид и до днес, както и седем фолклорни области, всяка от които се характеризира със свои песни, танци, костюми, музикални инструменти, занаяти, традиции, събори и фестивали. Ярките цветове и разнообразието на българския фолклор го правят ценен ресурс, който може умело да се използва за разработване и обогатяване на анимационни програми, превръщайки фолклора в значим и отличителен елемент на туризма. Съществуването на такива богати културни, исторически и етнографски ресурси – съчетани с познания за това как да се проектират и реализират туристически продукти с фолклорна тематика – дава възможност за успешното създаване и предлагане на културни и развлекателни програми в цялата страна.

41.5. Янчева, К., Фестивалният туризъм в град Варна - проблеми и перспективи, Конференция на младите научни работници – 5 юни 2014 г., Икономически Университет-Варна, стр.189-203, ISBN 1314-4812

Резюме на доклада

Събитията и особено фестивалите и други международни културни, търговски и спортни форуми могат да служат като стимул за посещенията и туризма във всяка градска дестинация и по този начин индиректно да окажат съществено влияние върху имиджа на града, бизнеса, услугите и като цяло да подпомогнат утвърждаването на града като културна дестинация, а от друга страна да го направят по-атрактивно място за свободното време на местното население.

От тази гледна точка целта на настоящия доклад е да разкрие същността и спецификата на приложение на фестивалните прояви на град Варна за развитие на фестивален туризъм.

За постигането на поставената в доклада цел си поставяме следните задачи;

➤ *Изясняване* на същността и спецификата на фестивалния туризъм;

➤ *Анализ* на проблемите и перспективите за развитие на фестивален туризъм в град Варна.

45.6. Янчева, К., Насоки за усъвършенстване на анимационното обслужване в комплексите за селски и еко туризъм (на примера на комплекс „Барите” с. Чернево)- Международна научна конференция на тема: “Екологичен и селски туризъм – предизвикателства и перспективи”18 – 19 юни 2015 г., Колеж по туризъм – гр. Бургас, Изд. ФЛАТ- Бургас, стр.76-88, ISBN 978-619-7125-11-5

Резюме на доклада

Обикновено туристическата анимация се свързва първо с морския ваканционен туризъм, с висококатегорийните хотели или ваканционни комплекси, с масовия туристически продукт, но в действителност анимацията е *своеобразен вид туристическа услуга, чрез която се обогатява и активизира поведението* и на туристите, практикуващи алтернативни форми на туризъм (като селски и еко туризъм), пребиваващи извън урбанизираните райони и традиционните големи туристически центрове. Комплексите за селски и еко туризъм в България следва да налагат анимацията като задължителен елемент на туристическия продукт. Чрез нейното приложение традиционното пребиваване на госта ще се обогати със спортно-оздравителни, развлекателни и познавателни

дейности, с общуване и приятни преживявания, като по този начин ще придобие нов облик и нова потребителска ценност. Туристическият продукт, който съдържа в себе си анимация, има по-голяма привлекателност, по-голямо търсене и разбира се по-висока цена, а оттам и повече приходи за комплексите за селски и еко туризъм. Добър пример за това как анимационното обслужване задоволява нарастващите потребности на туристите от *физическа активност, игра, приключения, за овладяване на нови умения и навици, от обогатяване на познанията за бит, традиции, култура от общуване, от творчески занимания, чрез участие в специално подготвени програми* е комплекс „Барите” с. Чернево.

От тази гледна точка целта на настоящата разработка е, *да се представят насоките за усъвършенстване на анимационното обслужване в комплексите за селски и еко туризъм.*

За постигането на поставената в доклада цел си поставяме следните задачи;

- *Анализ* на същността и спецификата на анимационното обслужване в комплексите за селски и еко туризъм на примера на комплекс „Барите” с. Чернево
- *Представяне* на насоките за усъвършенстване и реализацията на анимационен продукт в комплексите за селски и еко туризъм.

43.7. Янчева, К., Проект за организиране на специално фолклорно събитие в туристическа дестинация- международна научна конференция Икономиката в променящия се свят: национални, регионални и глобални измерения, ИУ-Варна, 15 май 2015 г., Изд. Наука и икономика, стр.129-141, ISBN 978-954-21-0834-4

Резюме на доклада

В непрекъснато растящата конкуренция между туристическите дестинации за привличане на все повече и повече туристи, ролята на специалните събития става все по-значима. За развитието на конкурентоспособността на дестинацията се налага така нареченият „събитийен туризъм“, който се утвърждава като съществена част от туристическата индустрия. Не бива да се пренебрегва и бързо развиващата се индустрия на „събитийния мениджмънт“, в чието ползрение туристите представляват потенциален пазар, а същевременно тя е силно заинтересована страна за успеха и привлекателността на специалните събития. развитието им играе важна роля в маркетингането на дестинацията, в голяма част от случаите те са основна цел на пътуването.² Функциите, които специалните събития изпълняват са свързани не само с развитието на туризма в дестинацията, а също така със създаване на общности, обновяване и развитие на града, в който се провеждат или региона, в който се развиват, културно обогатяване и насърчаване на национална идентичност.

Специалните събития са неотменна част от културата на дестинацията и в своето многообразие те изразяват нейната динамична същност, която се проявява в диалога и взаимовръзката между утвърдени и утвърждаващи се комуникационни практики. Средоточия на различни целеви публики, събитията създават впечатление за приобщеност, за присъствие в обща емоционална

²http://eprints.nbu.bg/2011/1/DOKLAD_S.A._EVENTS-BEIJING.2010.pdf, Алексиева, Соня. СПЕЦИАЛНИТЕ СЪБИТИЯ - ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ ИЛИ ДЪРЖАВЕН PR (ПО ПРИМЕРА НА ОЛИМПИАДАТА В ПЕКИН 2008), брой 6, май 2010

атмосфера, различаваща се от обичайните модели на общуване. Списъкът, който обединява видовото им многообразие, включва събития от най-различни области - най-често спрягани са: конкурси, фестивали, годишнини, юбилеи, панаири, корпоративни събития, събитиен туризъм, церемонии, благотворителни, образователни и спортни събития, атракции в тематични паркове, изложения, исторически чествания и др.

От тази гледна точка целта на настоящата разработка е, *да се обвържат специалните събития, туристическата дестинация и фолклорното изкуство като се представи авторски идеен проект за специално събитие, базирано на основата на българския фолклор.*

За постигането на поставената в доклада цел си поставяме следните задачи;

- *Анализ* на същността и спецификата на специалните събития;
- *Представяне* на концепцията и технологията за проектиране на специално фолклорно събитие в туристическа дестинация.

44.8. Янчева, К., Особенности и значение на съборите на българско народно творчество като форма на културен туризъм (на примера на събор Копривщица), Югозападен университет „Неофит Рилски”–Благоевград, Стопански факултет, Катедра Туризъм, Международна научна конференция “Културен коридор”. Виа Адриатика – културен туризъм без граници”, 15.10.2015 – 19.10.2015, Трогир, Хърватска, Издателство ЮЗУ „Неофит Рилски”, 2015, с. 89-96, ISBN 978-954-00-0008-4

Резюме на доклада

Съвременните форми на туризъм предлагат на настоящите и потенциалните потребители по-разнообразни и атрактивни възможности за отдих и развлечение. Докато масовият рекреативен туризъм все още запазва позициите си на важен мотиватор за туристите, алтернативните форми на туристически пътувания също набират сила и потребители. Културният туризъм, който се явява алтернатива на масовия ваканционен, става все по-популярен. В последните години, това обстоятелство налага разработването на нови, уникални, атрактивни и интересни предложения, с които да се ангажира вниманието и да се мотивират потенциалните туристи към промяна. Разработването на такива предложения, проектира културният туризъм във вид и форма на разнообразни културно-познавателни туристически пътувания със специфичен обект, пряко свързан с материалното и нематериалното културно наследство. В контекста на българското културно наследство, неминуемо трябва да се обърне внимание на фолклорното богатство на България в различните негови форми, видове и подвидове.

45.9. Янчева, К., Дейност и проблеми на фирмите в сферата на туристическата анимация, Международна научна конференция „Туризмът в епохата на трансформации”, ИУ-Варна, 6-7.11.2015г., Изд. Наука и Икономика, стр.505-516, ISBN 978-954-21-0864-1

Резюме на доклада

Световната практика показва, че 65-70% от печалбите в туристическия сектор се формират от допълнителни услуги, към които принадлежат анимационните дейности, а останалите 30% идват от основните туристически услуги. Хотелиерите все повече се убеждават в огромното значение на анимационния туристически продукт за развитието на съвременната туристическа

индустрия. За да оптимизират бизнеса си, те си сътрудничат и взаимодействат с туристически анимационни компании, като по този начин инвестират в забавления, осигуряват редовни клиенти и осигуряват добър имидж. Основната цел на тези компании е да подобрят анимационните продукти в хотелските комплекси, което е сложен процес, свързан с решаването на множество проблеми, произтичащи от постоянно променящите се нужди на туристите и изключително динамичната среда на съвременния свят.

46.10. Янчева, К., Маркетингов процес за интегриране на фолклорната обредност в продукта на културния туризъм, Осми Черноморски туристически форум – Варна, 05 – 07 ноември 2015 „Регионалните културно-исторически продукти на България - единни в многообразието”, Изд. СТЕНО- Варна, с. 392-402, ISBN 978-619-190-040-4

Резюме на доклада

Нематериалното наследство на България е богат и многообразен ресурс, който успешно може да бъде интегриран в рамките на различни туристически продукти, благодарение на своите преимущества и позициите си за развитие.

Подобен продукт би бил интересен и атрактивен както за българските, така и за чуждите туристи, тъй като едно от уникалните му качества е удовлетворяване необходимостта на „модерния турист” да изпита автентично усещане за една неизследвана и нова култура в целия спектър на нейните проявления.

47.11. Велева, М., К. Янчева, Магията на нестинарството: неугасваща традиция, зрелище или бизнес, Девети Черноморски Туристически Форум-Варна, България - Дестинация за Четири Сезона, Октомври 2016, Изд. Стено, с.340-353, ISBN 978-954-449-889-4

Резюме на доклада

В съвременните условия на глобализация природното и културно-историческото наследство принадлежат на всички хора. Динамичното взаимодействие между туризма и културното наследство се явява едно от основните средства за културен обмен между различните общества, като предоставя невероятната възможност на всеки човек да се докосне до традициите и обичаите на близки и далечни култури. Твърде силното навлизане на туризма в различните култури и обвързването им с туристическия бизнес поражда в същото време и не малко проблеми. Един от тях, конкретно за България, се явява феноменът на нестинарството и опасността от неговото преекспониране, обезличаване и деформиране на същността му, чрез включването му в различни бизнес-мероприятия, като елемент на туристическия продукт. Промените, наложени от стремежа на туристическия бизнес да се улеснят туристите при запознаването им с този древен ритуал обаче, могат да му нанесат непоправими щети и да лишат идните поколения от възможността да се докоснат до истинското автентично нестинарство.

49.13. Велева, М., К. Янчева, Креативен туризъм: възможности за овладяване на детската агресия в туристическата анимация – Кръгла маса „Диверсифициране на регионалния туристически продукт на примера На Туристически Район Варна – Северно Черноморие“, организирана от Катедра „Туризъм“ при Колеж по Туризъм – Варна, Ноември 2016, с. 145-153, ISBN 978-954-21-0910-5

Резюме на доклада

Проблематиката, свързана с проявите на детска агресия в работата на аниматора е сравнително слабо проучена, като това дава възможност да насочим вниманието си именно към тази изследователска област. Аниматорът е отговорен за поверените му деца и в работата си с тях е длъжен да обръща еднакво внимание на всички от групата. Понякога обаче, възникват конфликти между децата, които лесно могат да прераснат в проблемно и агресивно поведение, ако аниматорът не овладее ситуацията. Поведенческите проблеми при децата е възможно да останат на заден план и да бъдат пренебрегнати, защото основният акцент се поставя най-вече върху пълноценната почивка на родителите. Децата в същото време си имат свои собствени преживявания и емоции, които аниматорът може да подсили, ако са положителни, или да овладее, когато са негативни, както напр. е случаят с детската агресия. Предмет на статията е детската агресия, а целта ѝ е да разгледа някои поведенческите особености на детската агресия - както общо, така и в детската анимация, като посочи възможности за овладяването ѝ чрез креативния туризъм. Обект на изследване са теоретичните постановки по проблема с детската агресия и нейните прояви. Използваните изследователски методи се свеждат до теоретичен анализ, теоретичен синтез и наблюдение. Резултатите от изследването насочват към възможностите за използване на креативния туризъм като средство за овладяване на детската агресия.

50.14. Дянков, Т., К. Янчева Маркетинг микс на сватбения туризъм в дестинация България- специфика и особености, Юбилеен сборник 50 години Колеж по туризъм- Бургас, Туризм, иновации, стратегии, Изд. Флат-Бургас, Октомври, 2017, с.164-175, ISBN 978-619-7125-35-4

Резюме на доклада

Настоящата статия поставя въпроси относно възможностите за развитие на сватбения туризъм в туристическа дестинация България в контекста на спецификите на неговия маркетинг микс. Изследването фокусира върху характерните черти на сватбения туризъм, които го отличават от други форми на туризъм и сходни икономически дейности. Емпиричната част от разработката се фокусира върху пространствената организация на сватбените заведения в България със съответните аргументи от конкретни сватбени дестинации. На базата на анализирани добри практики по Българското Черноморие и на фона на случващото се в международен аспект, авторите извеждат основни позиции за оптимизиране на сватбения туризъм в дестинация България.

51.15. Ракаджийска, С., К. Янчева, Маркетинг на културни събития, Международна научна конференция „Съвременен туризъм – традиции и иновации“, 19-21 октомври 2017 г., София, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, ISBN 978-954-07-4327-1, стр. 500-511

Резюме на доклада

Културните събития като средство за обогатяване и развлечение на хората в съвременния свят стават все повече, по-мощни и разнообразни. От традиционните театрални постановки и филмови прожекции през различните фестивали, хепънинги и грандиозни шоу спектакли до проекти като “Европейски културни столици”, културните събития обхващат все повече хора и се превръщат в обект на значителен бизнес, ангажиращ сериозни ресурси. Като социален

феномен културните събития се превръщат и във важна предпоставка за развитие на културен туризъм. Наблюденията показват обаче и появата на проблеми, свързани с планирането, финансирането, провеждането и резултатността на културните събития. В настоящата разработка, авторите споделят идеята, че прилагането на адекватен маркетинг ще съдейства за значително повишаване на значимостта на различните културни събития за удовлетворяване на всички участници в тях.

52.16. Янчева, К., Изследване на приложенията на древни и съвременни рекреационни методи в спа и уелнес туризма, Международна научна конференция „Съвременен туризъм - традиции и иновации“, 19-21 октомври 2017 г., София, Университетско издателство „Свети Климент Охридски“, ISBN 978-954-07-4327-1, стр. 426-443

Резюме на доклада

Темата на доклада е в съответствие със световните тенденции в спа и уелнес туризма. Отдыхът като социално явление допринася за разпространението на културни ценности, духовното и физическото усъвършенстване на човек за подобряване на здравето. Същевременно той се превръща в глобален бизнес, който изисква промени в стратегиите и силно управление. Целта на тази работа е да покаже обхвата и приложенията на древните и съвременни рекреационни методи, използвани в спа и уелнес центровете в България.

54.18. Янчева, К., Възможности за развитие на МІСЕ туризъм в град Варна (на примера на културно-развлекателен комплекс „Морско казино“), МІСЕ туризмът: фестивали, инсентиви, конференции, изложения, Дванадесети Черноморски туристически форум, Варна 2019, изд. Славена, с. 217-231, ISBN 978-619-190-149-4

Резюме на доклада

Секторът на туризма, свързан със срещи, инсентив, конгреси и изложби (MICE), се разраства бързо в световен мащаб. През 2017 г. Европа доминираше в MICE индустрията и се очаква тази тенденция да продължи до 2025 г. Азиатско-тихоокеанският регион, заедно с Европа, допринесе с над 50% от глобалния дял на MICE индустрията. Европейската MICE индустрия се движи главно от нарастващото търсене на срещи, скока в приемането на смарт устройства и нарастващото проникване на интернет. Азиатско-тихоокеанският регион е най-бързо развиващият се пазар и се очаква да расте с най-висок CAGR до 2025 г. Едно от важните предизвикателства, породени от бързия растеж на този сектор, е поддържането на стандартите на обслужване в контекста на интензивна конкуренция за тази форма на туризъм. По-специално, развитието на умения в областта на информационните технологии се счита за съществено за предоставянето на качествено обслужване на туристите. След кратко описание на MICE сектора и неговите основни заинтересовани страни, статията разглежда условията и предпоставките за развитие на MICE туризма в град Варна.

55.19. Маринов, С., Т. Дянков, К. Янчева, Оценка на потенциала на културното наследство по пътя на коприната в България, Юбилейна Международна Научна Конференция „Туризмът-отвъд очакванията“, 100 години УНСС и 30 години катедра „Икономика на Туризма“, София 2020, с. 89-107, Издателски комплекс УНСС, ISBN 978-619-232-292-7

Резюме на доклада

Докладът е посветен на международния проект „Местната култура на Пътя на коприната” - SILC - реализиран по Съвместната оперативна програма Черноморски басейн 2014-2020. Програмата се съфинансира от Европейския съюз чрез European Neighborhood Instrument (ENI) и участващите страни: Армения, България, Грузия, Гърция, Румъния. Целта на доклада е да представи оценка на потенциала за икономически и туристически растеж на местното културно наследство по Пътя на коприната на територията на Североизточния регион (BG 33) и Югоизточния регион (BG 34) в България

56.20. Маринов, С., Дянков, Т., Янчева, К., СЕРТИФИКАЦИОННИ НАГЛАСИ ОТНОСНО КУЛТУРЕН МАРШРУТ "ПО ПЪТЯ НА КОПРИНАТА" В БЪЛГАРИЯ". Юбилейна международна научна конференция ИКОНОМИЧЕСКА НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ И РЕАЛНА ИКОНОМИКА: РАЗВИТИЕ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ДИГИТАЛНАТА ЕПОХА, Варна, Изд. Наука и Икономика, 2, 2020, 1, 550-568. ISBN 978-954-21-1037-8

Резюме на доклада

Настоящият доклад представлява изследване, разработено в рамките на проект с референтен номер BSB 570 „Silk Road Local Culture“ (SILC), финансиран по Съвместната оперативна програма „Черноморски басейн 2014–2020“ и съфинансиран от Министерството на регионалното развитие и благоустройството на Република България. Целта на доклада е да разкрие нагласите на заинтересованите страни относно тяхното сертифициране и участие в предлагането на туристическия културен маршрут „По Пътя на коприната“ в България. В хода на разработката е представен критичен преглед на съществуващите изследвания и законодателство, свързани с глобалните и европейските политики за прилагане на тематичния процес „Пътят на коприната“, както и основните критерии за сертифициране на културното наследство, културните маршрути и участниците в областта на европейския културен туризъм — в контекста и за целите на проекта. Авторите анализират официално сертифицираните маршрути и практики, свързани с културното наследство, включително и тези, които се отнасят до Пътя на коприната в европейски контекст и в страните партньори по проекта. На базата на проведено анкетно проучване е представена степента на мотивация и готовност на заинтересованите страни за участие в процеса на сертифициране по маркировката SILCNET.

57.21. Дянков, Т., Янчева, К., Историческо развитие на „Пътя на коприната”- Възможности за туризъм., Научна конференция , организирана от Колеж по туризъм Бургас „Туризм, Образование, Бизнес”, ел. сборник, 2020, 134-144, ISBN-97-619 7125-74- 0

Резюме на доклада

Настоящата статия е насочена към изследване на взаимовръзката между историческото развитие на Пътя на коприната и неговото значение за стратегическото развитие на съвременните туристически дейности. Авторите се стремят да очертаят и обяснят причините за възникването и развитието на Пътя на коприната през различните исторически периоди и етапи.

Основните причини и резултати от формите на обмен, осъществявани по Пътя на коприната, са ясно представени, както и класификация на съществуващите маршрути на Пътя на коприната, основана на натрупания научен и академичен опит по темата.

Авторите предлагат нови насоки за академични изследвания, свързани с инициативите по Пътя на коприната в контекста на туризма.

58.22. Янчева, К. Извънаудиторното обучение в специалност „Туризм“ при Икономически университет-Варна. Сборник с доклади от юбилейната научна конференция с международно участие "ТУРИЗЪМ И СВЪРЗАНОСТ", Варна: Наука и икономика, 1, 2020, 1, 72-82., DOI: <https://doi.org/10.36997/TC2020.72>, ISBN-978-954-21-1052-1.

Резюме на доклада

Публикацията представя извънаудиторното обучение като част от учебната програма на специалност „Туризм“ в Икономически университет – Варна. Докладът има за цел да запознае читателите със спецификата на неговото прилагане в катедра „Икономика и организация на туризма“, както и да анализира и систематизира неговите форми и проявления. Извънаудиторното обучение е ценен метод, използван в подготовката на студентите от специалност „Туризм“, който през последните години придобива все по-голяма актуалност и намира все по-широко приложение в университетската среда.

59.23. Маринов, С., Дянков, Т., Янчева, К. (2020). SILC Road Local Culture – трансгранични проектни измерения. В: Сборник с доклади от юбилейната научна конференция с международно участие „Туризм и свързаност“. Варна: Наука и икономика, т. 1, № 1, с. 132–144. DOI: <https://doi.org/10.36997/TC2020.132> ISBN 978-954-21-1052-1.

Резюме на доклада

Авторите на настоящата научна статия се стремят да разкрият постигнатите междинни резултати по проекта SILC Road Local Culture (SILC) в неговите трансгранични измерения, изпълняван от екипа на Икономически университет – Варна. Обсъждането започва с исторически преглед на развитието на Великия път на коприната, който служи като логическа основа за съвременните инициативи, организирани от Световната туристическа организация (UNWTO) и ЮНЕСКО. Подробно е представена успешната роля на екипа на ИУ – Варна като партньор по проекта, чрез отчетените резултати, свързани със създаването на предприемаческата мрежа SILCNET и сертификата/маркировката SILCNET label. Проектът SILC все още е в процес на реализация, а оценката на неговото пряко въздействие върху местните общности предстои.

60.24. Дянков, Т., Янчева, К. (2021). Проблеми на обучението по туризм в електронна среда (по примера на Икономически университет – Варна). В: Международна научна конференция „Туризм, образование, бизнес“. Бургас: Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, т. 1, № 1, с. 141–149. ISSN 2738-893X.

Резюме на доклада

Настоящата статия има за цел да разкрие основните проблеми на обучението по туризм в електронна среда. Обект на изследването е електронно

базираният учебен процес в Икономически университет – Варна, който придоби актуалност от началото на пандемията от COVID-19. Представената теория и практика на електронното обучение са поставени под въпрос в контекста на съвременните глобални събития, характеризиращи се с несигурност и висока динамика. Основното предизвикателство занапред е как обучението по туризъм в електронна среда да продължи така, че да се извлече максимална полза от него в условията на пандемия. Поради тази причина изследването е критично насочено повече към актуалните проблеми и предизвикателства, отколкото към стратегически възможности за развитие.

61.25. Дянков, Т., Янчева, К., Тодорова-Хамдан, З. Предизвикателства пред кадрите в морския туризъм в контекста на "синия растеж" и "зелената сделка на ЕС". Петнадесети Черноморски туристически форум - КАДРИТЕ В ТУРИЗМА – ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ПЕРСПЕКТИВИ, Варна: ФИЛ/ ISBN:978-954-9741-49-0, 2022, 211-230

Резюме на доклада

Причината за създаването на настоящата разработка се свързва с новите предизвикателства пред кадрите в българския морски туризъм, които възникнаха в резултат на пандемията Ковид – 19. Необходимостта от трансформационни процеси на българския трудов пазар в туризма в контекста на "Синия растеж" и "Зелената сделка" на ЕС изискват и очертаването на съответните стратегически насоки за развитие на кадрите в българския морски туризъм.

50.14. Дянков, Т., К. Янчева Маркетинг микс на сватбения туризъм в дестинация България- специфика и особености, Юбилеен сборник 50 години Колеж по туризъм- Бургас, Туризм, иновации, стратегии, Изд. Флат-Бургас, Октомври, 2017, с.164-175, ISBN 978-619-7125-35-4

Резюме на доклада

Настоящата статия поставя въпроси относно възможностите за развитие на сватбения туризъм в туристическа дестинация България в контекста на спецификите на неговия маркетинг микс. Изследването фокусира върху характерните черти на сватбения туризъм, които го отличават от други форми на туризъм и сходни икономически дейности. Емпиричната част от разработката се фокусира върху пространствената организация на сватбените заведения в България със съответните аргументи от конкретни сватбени дестинации. На базата на анализирани добри практики по Българското Черноморие и на фона на случващото се в международен аспект, авторите извеждат основни позиции за оптимизиране на сватбения туризъм в дестинация България.

62.26. Янчева, К., Елена Илиева СПОДЕЛЕНОТО НАСТАНЯВАНЕ В КОНТЕКСТА НА MICE ТУРИЗМА, Сборник с доклади от международна научна конференция, организирана от Колеж по туризъм – Бургас, 06-07 октомври 2023 г. „Туризм, Образование, Бизнес”, ел. сборник, 2023, 70-77, ISSN 2738-893X

Резюме на доклада

MICE туризмът е един от успешно развиващите се отрасли на туристическата индустрия в световен мащаб, който отбелязва устойчив растеж през последните години. В настоящия етап MICE индустрията е един от ключовите двигатели за развитието на туристическите дестинации и представлява важен генератор на

приходи, заетост и инвестиции. Забележително е, че по време на MICE събития се формира голям обем от делегати, което води до повишено туристическо търсене на настаняване — често надвишаващо капацитета на хотелската база в дестинацията. В тази връзка, една от новите тенденции в туристическото настаняване е споделеното настаняване (P2P-accommodation), което успешно подпомага туристическите дестинации при подобни пикове на туристическо търсене. Основната цел на настоящото изследване е да предостави стратегически насоки за функционирането на споделеното настаняване в рамките на MICE индустрията, с цел подобряване удовлетвореността на участниците и ефективността на процесите в MICE туризма.

63.27. Луканова, Г., Янчева, К. (2024). Пътуващите семинари в подкрепа на обучението по специалност „Туризм“ в Икономически университет – Варна. В: Tourism Opportunities and Models for Development in Bulgaria. Cambridge Scholars Publishing, с. 111–124. ISBN (печатно): 1-0364-0008-5; ISBN (онлайн): 978-10364-0008-8.

Резюме на доклада

Публикацията представя значението на пътуващите семинари като форма на извънаудиторна дейност в обучението по туризъм в Икономически университет – Варна. Темата е изключително актуална, тъй като подобни семинари са включени в учебния план на специалността през последните няколко години. В първата част на публикацията се разглеждат същността, характеристиките и ползите от извънаудиторните дейности в образованието. Във втората част се представят резултатите от проведено проучване сред студентите от катедра „Икономика и организация на туризма“ при Икономически университет – Варна, относно тяхната удовлетвореност от участието им в пътуващите семинари, организирани от катедрата.

V. Учебници и учебни помагала

64.1. Рафаилова, Г., Кадиева, С., Янчева, К., Пляков, С., Кожухарова, Л., Кръстева, А. (2012). Специализирани видове туризъм. Варна: Университетско издателство „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, март 2012 г. ISBN 978-954-21-0569-5.

Резюме на учебника

Основната цел на учебника е да се представи на същността, ролята и формите на тези видове туризъм, които се отличават от традиционния морски и планински, предимно организиран и масов туризъм. Това са екотуризма, туризма в селски и аграрни райони, конгресния и градски туризъм, лечебния и спа-туризма, винен, кулинарен, културен, религиозен и спортен туризъм. Тези видове туризъм удовлетворяват все по-индивидуално изразените и специални интереси на туристите, обслужват се специфични пазарни ниши необхванати от големите туристически фирми, постига се удължаване на сезона и се допринася за устойчиво развитие на дестинацията. Посочените видове туризъм имат съществено значение за съхранение на природна среда и социални ценности заедно с икономически ръст в туристическия сектор, осигуряват допълнителни и качествени работни места, с активното участие на местния малък и среден бизнес, както и на местно население като на носител на специфични умения и знания, традиции и „живо“ културно наследство. Студентите изучаващи дисциплини

свързани със същността и видовете туризъм и читателите на учебника могат да придобият знания за развитие на такива форми на туристическа дейност чрез която да диверсифицират туристическия продукт, който се предлага от даден бизнес, обект и дори дестинация и съответно да повишат неговата конкурентоспособността им. Изданието ще им бъде полезно за усвояване на нови познания за развитие на собствен малък и среден бизнес в определени туристически райони или съвместно с партньори, за разширяване на управлението от тях бизнес от туристическия отрасъл или от индустрията на свободното време, използвайки ефективно наличните специфични условия и ресурси.

Учебникът е предназначен за студентите от Колеж по туризъм – Варна изучаващи дисциплината „Специализирани видове туризъм”. Разработката обаче може да бъде полезна за представители на туристическия бизнес, неправителствени и браншови туристически организации, представители на местната власт отговарящи за развитие на туризма в съответната община.

Съдържанието на учебника включва въведение, речник с използвани термини и 9 глави, всяка от които представя отделен вид туризъм.

Всяка глава включва:

- Цели на главата
- Ключови въпроси, на които съдържанието на главата дава отговор
- Ключови думи
- Съдържание по плана
- Казус / пример за разсъждение (например съгласно дадени ресурси и условия дали може да се развива даден вид туризъм, изготвяне на оферти свързани с даден вид туризъм и т.н.)
- Въпроси – чек листа
- Източници на информация, използвана и препоръчвана литература

Авторите на учебника са: Генка Рафаилова – I и II глава, Снежина Кадиева – III и IV глава, Красимира Янчева - V глава, Лиляна Кожухарова - VI глава, Атанаска Кръстева - VII и VIII глава, Станислав Пляков – IX глава.

65.2. Ракаджийска, Св., Маринов, Ст., Дянков, Т., Янчева, Кр. (2020). Туристически пазари. Варна: Университетско издателство „Наука и икономика“ при Икономически университет – Варна, ISBN 978-954-21-1018-7.

Резюме на учебника

Този учебник е разработен в съответствие с учебната програма на студентите от ОКС „бакалавър” на специалност „Туризъм” при Икономически университет – Варна. Съдържа синтезирана информация за характера и спецификата на проявление на туристическите пазари от позицията на икономическата теория за пазара. Той разкрива същността и особеностите на пазарните отношения, възникващи при покупката, съответно продажбата на многообразието от характерни туристически услуги и стоки, както и факторите, които определят поведението на пазарните субекти. Важните предпоставки, които обуславят съществуването на дисциплина като „Туристически пазари”, са: от една страна, мащабното развитие на туризма в света и значителният потенциал на България да се представя като атрактивна туристическа дестинация, а от друга, трудностите,

които съпътстват българския туристически бизнес и цялото общество да познават и овладяват сложните обстоятелства, съпътстващи развитието на туризма в силно дисперсирана, конкурентна и турбулентна пазарна среда. Навлизането на много и различни субекти в туристическия бизнес, техните интереси и поведение мотивираха авторите на настоящата разработка да предложат теоретични обобщения за същността на туристическия пазар като икономическа категория, за особеностите на проявление на неговите съставни елементи, в комбинация с оценки за характера и състоянието на основни емитивни, рецептивни и формиращи се туристически пазари. Специално внимание се обръща на теоретичните основи на ценообразуването на туристическите услуги и неговата многофакторна зависимост, включително аспектите на ценовата конкуренция. Информацията по въпросите на проучването и прогнозирането на туристическите пазари обяснява подходите за опознаване на туристическата пазарна конюнктура, за разкриване на тенденции и формиране на нагласи за посрещане на бъдещи събития относно туристическото търсене и туристическото предлагане, конкуренцията и възможното сътрудничество за постигане на по-добри резултати от развитието на туризма. Обект на внимание са възможностите за провеждане на обоснована пазарна политика на основата на добро познаване на спецификата на пазарните отношения в туризма, подходите за осигуряване на необходимата информация и осъществяването на адекватни действия от всички заинтересовани субекти. Предлагат се анализ и оценка на българската туристическа пазарна политика. Разсъжденията, изводите и коментарите на авторите се базират на развитието на теоретичните изследвания на редица специалисти от Европа и света, на регулярно провеждани емпирични изследвания от Световната туристическа организация, Световния съвет за пътуване и туризъм, на Европейската комисия за пътуване и туризъм, на Евростат и на други изследователски институции, както и на собствения теоретичен, изследователски и практико-приложен опит. Отделните глави в учебника са разработени от:

проф. д-р Светла Ракаджийска – предговор, глава I, глава II, т. 1 и т. 3 и обща научна редакция;

проф. д-р Стоян Маринов – глава III, глава IV и глава V;

гл. ас. д-р Тодор Дянков – глава VII и глава VIII;

гл. ас. д-р Красимира Янчева – глава II, т. 2 и т. 4 и глава VI.

66.3. Маринов, Ст., Дянков, Т., Янчева, Кр. (2021). Маркетинг в туризма. Варна: Университетско издателство „Наука и икономика“ при Икономически университет – Варна, май 2021 г. ISBN 978-954-21-1070-5.

Резюме на учебното помагало

Учебното помагало по дисциплината “Маркетинг в туризма” е предназначено за студентите от ОНС „бакалавър” в специалност. „Туризъм” на Икономически университет (ИУ) – Варна. Основната цел на помагалото е да улесни усвояването на специфични маркетингови знания, формирането на специфични маркетингови умения и компетентности по задължителната профилираща дисциплина „Маркетинг в туризма“ от курса на обучение на студентите. Съдържанието на помагалото съответства на съдържанието на учебната програма на дисциплината „Маркетинг в туризма“, както и на съдържанието на публикувания учебник „Маркетинг в туризма“, издаден от

Издателство „Наука и икономика“ на Икономически университет-Варна през 2017г. с автори Светла Ракаджийска, Стоян Маринов и Тодор Дянков. В структурен план учебното помагало включва шест основни глави със следното съдържание: Първа глава съдържа анотация на дисциплината. Предоставя се информация за предназначението и целите на дисциплината, структура на учебното съдържание по аудиторна и извън-аудиторна заетост на студентите, методите на преподаване, форми на самостоятелна работа, системата от методи и критерии за оценяване, предварителни изисквания към основни знания и умения на студентите и очакваните резултати от обучението. Във втора глава се представя организацията и структура на обучението по дисциплината. Систематизират се указания за провеждане на семинарните занятия. Представят се указания за формиране на текущия контрол за формиране на последващия контрол. Трета глава включва пълен комплект от учебни материали за подготовка по всяка една тема от дисциплината. Представя се всяка тема от учебната с нейните основни теоретични моменти. Предложени са текстове за всяка тематичните единици в учебната програма, илюстриращи и обосноваващи необходимите знания и умения по съответната тема. Създадени са проблемни ситуации под формата на казуси, изискващи специфични маркетингови знания и умения за вземане на решение за разрешаването им. Включени са примерни тестове по тематични единици от учебната програма, които улесняват подготовката на студентите за текущия контрол и за семестриалния изпит. Глава четвърта съдържа кратък терминологичен речник, систематизиращ понятията по отделните теми. Посочени са и основни информационни източници за подготовка по дисциплината. Учебното помагало може да бъде ползвано и от студентите по туризъм в други форми на обучение и образователно-квалификационни степени на ИУ-Варна и висши училища в страната, от представители на туристическия бизнес и на неправителствени туристически организации, занимаващи се с маркетинг в туризма. Участието на авторите в изготвянето на отделните части е: проф. д-р Стоян Маринов: предговор, глава първа, глава трета (т. 3.4, 3.6, 3.9, 3.13), глава четвърта, заключение; гл. ас. д-р Красимира Янчева: глава втора, глава трета (т. 3.2, 3.14, 3.15) и участие в терминологичния речник; гл. ас. д-р Тодор Дянков: глава трета (т. 3.1, 3.3, 3.5, 3.7, 3.8, 3.10, 3.11, 3.12) и участие в терминологичния речник

67.4. Маринов, Ст., Дянков, Т., Янчева, Кр. (2022). Управление на туризма. Варна: Университетско издателство „Наука и икономика“ при Икономически университет – Варна, февруари 2022 г. ISBN 978-954-21-1104-7.

Резюме на учебника

Туризмът е обществен феномен и стопански сектор, в който се преплитат интересите на много и разнородни заинтересовани субекти. Управлението на туристическата дейност е сложен процес, изискващ специфични знания и практически умения.

Основната цел на учебника „Управление на туризма“ е да предостави системни знания за субектите, обектите, механизмите и функциите на управление на туризма на различни равнища.

В структурно-съдържателно отношение изданието отразява изцяло утвърдената учебна програма по дисциплината „Управление на туризма“, която е една от основни профилиращи дисциплини в учебния план на студентите от ОКС „бакалавър“ на специалност „Туризм“ в Икономически университет-Варна. Учебникът е първо издание. Запознава с ключови теми в областта на управлението на туризма на макроравнище и микроравнище като: понятие за управление на туризма, управление на туризма на международно равнище, управление на туризма на национално равнище, управление на туризма на общинско равнище. Специално внимание е отделено на управлението на туристическото предприятие. В отделни теми в управленски аспект са разгледани планирането, организацията, контролът, ефективността, рискът, конкурентоспособността, устойчивото развитие, социалната отговорност и вариантите на бизнес план на туристическото предприятие.

Основният фокус на учебника е върху споделянето на знания и формирането на умения за вземане на решения в конкретни практически ситуации в областта на управлението на туризма.

При разработването на учебното съдържание са отразени теоретичните и практико-приложни постиженията на авторитетни български и чуждестранни изследователи в областта на управлението на туризма. Използвана е информация от национални и международни туристически организации.

Учебникът е полезен за обучението на бакалаври и магистри по специалности в сферата на туризма, както и за надграждане на компетенциите на специалисти, експерти и мениджъри в туристическата практика.

Авторите на учебника са преподаватели в катедра „Икономика и организация на туризма“ към Икономически университет-Варна. Участието им в написването на отделните части на учебното съдържание е следното:

проф. д-р Стоян Маринов: глави първа, втора, трета, четвърта, пета, осма и тринадесета

гл. ас. д-р Красимира Янчева: глави шеста, седма, девета и десета

гл. ас. д-р Тодор Дянков: глави единадесета, дванадесета, четиринадесета и петнадесета.

68.1. Ракаджийска, С., Янчева, Кр. (2015). 50 години специалност „Туризм“ в Икономически Университет – Варна. Варна: Наука и Икономика. ISBN 978-954-21-0863-4.

Резюме

Изданието „50 години специалност „Туризм“ в Икономически Университет – Варна“ представя историческото развитие и постиженията на специалността „Туризм“ през половин век академична дейност. Книгата проследява създаването и утвърждаването на специалността, основните етапи на обучение, научните изследвания и практическите инициативи, реализирани от преподаватели и студенти. Особено внимание се отделя на развитието на учебните програми, въвеждането на иновации в обучението, подготовката на квалифицирани кадри за туристическата индустрия и взаимодействието с национални и международни туристически организации. Изданието представя и значимите събития, проекти и инициативи, които са допринесли за утвърждаване на Икономически университет – Варна като водещ център за обучение по туризм

в България. Книгата е полезна за студенти, преподаватели, експерти в областта на туризма, както и за всички, които се интересуват от историята и развитието на туристическото образование в България.