

## СПИСЪК С РЕЗИЮМЕТА

На научните публикации на доц. д-р Вера Николова,  
Представени за участие в конкурс за научна длъжност „Професор”

### Показател В.3. Хабилитационен труд – монография

В.3.1. Асенова, М., В. Маринов, **В. Николова**, Е. Петкова, Р. Митова, Ч. Истаткова (2021)  
Между културата и туризма: туристическите атракции, основани на културното наследство.  
Унив. изд. "Св. Кл. Охридски" ISBN 978-954-07-5167-2 (електронно издание)

Между културата и туризма: туристическите атракции, основани на културното наследство

През последните десетилетия се наблюдава сближаване между туризма и културата, продиктувано от нарастващия интерес на туристите към културни ценности и преживявания, от една страна, а от друга – поради възможностите за местно развитие и поддържане на местна идентичност. Така, туристическите атракции, основани на културното наследство, са сечение на две множества: културно наследство и туристически атракции. Това предполага да се анализират същността и обхвата на културното наследство и на туристическите атракции, както и на подходите към тяхната класификация, което е предмет на анализа в представената монография. Основната цел на изследването е да предостави на ключовите заинтересовани страни теоретично обосновавана, работеща и приемлива типология на атракциите, основани на културното наследство в подкрепа на тяхното правилно и устойчиво управление. В допълнение, типологията е в основата на собственото емпирично изследване на туристическите атракции, основани на културното наследство, за нейното тестване, като гарантира обхващането, ако не на всички, то поне на повечето видове атракции. Методологията на изследването се основава на задълбочен преглед на научната литература за туристическите атракции и тяхната типология, както и на съответното законодателство и стратегии в България. Тестването на разработената типология е извършено чрез теренни проучвания през юни-юли 2019 г., по предварително определен маршрут в страната, за да се обхванат различни видове атракции, основани на културното наследство, като са използвани следните методологични инструменти:

- Кабинетно проучване на изследваните атракции на базата на вторични източници на информация;
- Полуструктурирано интервю с „оператори“ на туристически атракции, представени от техните директори/управители или служители с необходимите компетенции (обхванати са 46 обекта, 26 от които са със статут на недвижими културни ценности с национално и световно значение) с цел анализ на предлагането;
- Проучване на представянето на изследваните на терен туристически атракции, основани на културното наследство, в интернет среда по специално разработени методика и индикатори за оценка;

- Проучване сред посетителите на културно-туристически атракции по специално изготвен стандартизиран въпросник (проведени са интервюта лице в лице с 668 респонденти на 30 обекта) с цел анализ на състоянието на търсенето;
- Експертни наблюдения и оценки.

Изследователският фокус е приоритетно насочен към атракциите, основани на недвижимото материалното наследство, въпреки че някои аспекти на движимото и нематериалното наследство също са изследвани чрез проучването на посетителите. Наред с това на базата на вторични източници е систематизирана и анализирана информация, свързана с управлението, мониторинга и финансирането на атракциите, основани на културното наследство, като са изследвани и представени и добри практики на управление и финансиране на атракциите, основани на културното наследство.

Потенциалният принос на изследването е както теоретичен - усъвършенстване на съществуващите дефиниции и типология, така и практически - подобрен фокус на публичните политики, респективно разпределянето на публичните средства за превръщане на културното наследство в туристически атракции.

#### **Показател Г.4. Публикувана монография, която не е представена като основен хабилитационен труд**

Г.4.1. **Николова, В., А. Казаков (2023) Кулинарният туризъм между локалното и националното.** Унив. изд. "Св. Кл. Охридски" ISBN 978-954-07-5643-1 (под печат)

Кулинарните традиции и практики, културата на хранене и приготвяне на хранителни продукти са част от културното наследство на народите. В редица страни и региони това наследство стои в основата не само на местното идентифициране като общности, но и в неговото реално приложение като ресурс и атракция за туристическо усвояване.

В България туристическите атракции, основани на културното наследство са разработени предимно на базата на материалните културно-исторически ценности и са концентрирани в определени дестинации, на територията на които са разкрити и в последствие социализирани тези обекти. Дълго време не са използвани активно големите ресурсни възможности на богатото нематериално културно наследство, включително и на традиционното кулинарно наследство на страната.

Но през последните двадесет години се забелязва видима промяна в развитието на българския туризъм. Все повече фирми, неправителствени организации, местни власти (особено на по-малки населени места) и културни институции, се насочват към усвояване на ресурсите на наследството за туристически цели. Активна роля в това направление има малкият и среден бизнес, предимно къщи за гости и малки семейни хотели, както и самостоятелни малки ресторанти, които акцентират в предлагането си върху старите традиции за приготвяне на храна, като приоритетно използват чисти и екологични продукти, голяма част от които произвеждат сами. Но не само това. Кулинарните традиции в този тип предлагане са съчетани с автентична етнографска обстановка и дизайн,

традиционна фолклорна музика и традиционно местно гостоприемство, което придава допълнителна атрактивност и колорит на предлагането и създава предпоставки за локално местно развитие и икономическа стабилност на дестинациите.

В тази връзка не само можем да мечтаем, но и да говорим вече за възможности, които се очертават като перспектива за развитие на кулинарен туризъм с ясно представени кулинарни дестинации в България и такива, при които продуктите на кулинарния туризъм са допълващи цялостното им представяне.

Кое е важното – добрата (вкусната) храна (чиста, екологична, непозната или още нещо...), имиджа на обектите, активната и агресивна реклама, гостоприемството и живия контакт, модерността в предлагането и търсенето? Това са все въпроси, на които е трудно да се даде еднозначен отговор, особено във времена, в които глобализационните процеси пускат все по-дълбоки корени във възприятията и нагласите на съвременния потребител. От друга страна стремежът към търсене на здравословна храна, с цел преодоляване на някои съвременни алергени и налагането на нови диети, част от които са продиктувани от „новата модерност“ за здравословен начин на живот, в голяма степен отхвърлят някои стари традиции и кулинарни практики на българската кухня.

В този контекст основаната изследователска задача на настоящето проучване е да направи опит за анализ на състоянието и предлагането на продукти на кулинарния туризъм на част от територията на страната – предимно в планинските и полупланински райони на северозападна, западна, югозападна и част от южна България. Концепцията, която следва линията, ритъма на локалното към местното и националното е ориентирана както към носителите на традицията в тези дестинации, така и към предлагашите реални продукти – ресторантьорите и организаторите на събитията. Мнението на експертите е потърсено с цел да се балансира противоречия и констатации, като се представят предложенията за решение на проблемни за наследството и кулинарния туризъм ситуации от гледна точка на изследователите, доказаните майстори и специалисти в кулинарията, държавните и неправителствени институции.

Проучвателната работа включва използването както на вторични източници на информация по проблематиката на разработката, така и емпирично проучване – полуструктурирана интервю с четири групи респонденти.

В хода на изследването се стига до конкретни изводи и заключения, които очертават своеобразни модели за развитие на кулинарни дестинации в българските условия.

## **Показател Г.6. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация**

Г.6.1. Marinov, V., M. Assenova, **V. Nikolova**, E. Petkova, R. Mitova, A. Kazakov, Ch. Istatkova. (2019) Typology of cultural heritage attractions in Bulgaria: theoretical and management implications, International Tourism Conference Dubrovnik, 2019 “Tourism in the VUCA World: Towards the Era of (Ir) Responsibility”, Institute for Tourism, Zagreb, Croatia, 2020, ISBN 378-

## Типология на атракциите, основани на културното наследство в България: теоретични и управленски последици

Понастоящем туристическите атракции не са добре дефинирани в страната, въпреки скорошната значителна финансова подкрепа за адаптация и социализация на богатото културно наследство за туристически цели. Министерството на туризма стартира електронен регистър на туристическите атракции, фестивали и събития без ясни насоки за местните власти относно избора на туристически обекти и събития, които трябва да бъдат вписани и как те трябва да бъдат класифицирани. В същото време в процес на разработване са някои политически документи - Стратегия за развитие на българската култура и План за развитие на културния туризъм, изискващи практическа типология на туристическите атракции, за да се интегрират бъдещите дейности.

Основната цел на изследването е да предостави на ключови заинтересовани страни теоретично обосновавана, работеща и приемлива типология на атракциите, основани на културното наследство в подкрепа на тяхното правилно и устойчиво управление. В допълнение, типологията е необходима, за да даде насока на собственото емпирично изследване на атракциите, основани на културното наследство, като гарантира, че повечето, ако не и всички типове атракции са обхванати. Методологията на изследването се основава на задълбочен преглед на научната литература за туристическите атракции и тяхната типология, както и на съответното законодателство и стратегии в България. Предложената типология е тествана чрез теренни изследвания, включително полуструктурирани интервюта с оператори на атракции и анкетни проучвания на туристи. Приносът е както теоретичен - по-нататъшно развитие на съществуващите дефиниции и типология, така и практически - подобрен фокус на публичните политики и разпределяне на публични средства за превръщане на културното наследство в туристически атракции.

### **Показател Г.7. Статии и доклади, публикувани в нерелативирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове**

**Г.7.1. Вера Николова** Балканските страни като част от туристически регион Европа, Сб. Туризмът в епохата на трансформацията, изд. "Наука и икономика" в ИУ – Варна, 2015, стр. 867-876, ISBN 978-954-21-0864-1, COBISS.BG-ID – 1276418532

Развитието на туризма в страните от Балканския полуостров се изследва в контекста на европейския географски регион. Разнообразието от природни ресурси, богатото културно наследство и достъпността на района са фактори от първостепенно значение. В същото време сложното историческо и геополитическо развитие, заедно с икономическите промени, оказват значително влияние върху туризма в тези дестинации. Целта на това изследване е да представи Балканите като част от европейския туристически регион и да

определи мястото и значението на балканските страни в общото развитие на туризма в региона, както и да акцентира върху някои специфики, свързани с туристическото търсене и предлагане, характерни за балканските страни.

Г.7.2. Асенова, М., В. Маринов, Е. Дограмаджиева, **В. Николова**, А. Казаков, В. Янева Прилагане на Европейската система от индикатори за мониторинг на устойчивото туристическо развитие – ползи и предизвикателства. „География и приятели“ (Сборник под ред. на В. Бояджиев), ISBN 978-954-326-273-1, Изд. Парадигма, София, 2016, стр. 387-400

#### Прилагане на Европейската система от индикатори за мониторинг на устойчивото туристическо развитие – ползи и предизвикателства

Статията представя методологията на ETIS, ползите от използването на системата и предизвикателствата пред заинтересованите от нейното внедряване, въз основа на опита от цялостното ѝ прилагане в Дунавския район през 2015 г. Прилагането на Европейската система от индикатори позволява да се направят следните изводи: ETIS е удачна за използване на ниво община (разглеждана като туристическа дестинация), както и на повисокото регионално дестинационно ниво; Тя съдържа оптимален брой индикатори, относително лесна е за прилагане и позволява гъвкавост при използването на основните и допълнителните индикатори, които могат да се прилагат като самостоятелна система или интегрирано в други системи за мониторинг; Набраната информация позволява да се направи оценка на моментното състояние на развитието на туризма в различните аспекти на устойчивост, като същевременно представя в концентриран вид различните влияния на туризма. Количествените параметри на индикаторите позволяват те да служат като отправна точка за сравнение при проследяване на развитието, но и за съпоставяне с други дестинации, приложили същата методика; Системата помага да се открият проблемните области, да се приоритизират бъдещите действия като се разработи план за действие и се зададат целеви стойности за определен средносрочен времеви период; Констатираните положителните резултати в устойчивото развитие на туризма могат да се използват за целите на маркетинга на дестинацията; Ефективното прилагане на ETIS изисква активно включване и лидерство на местните (регионални) заинтересовани в сътрудничество с експертната общност.

Г.7.3. **Николова, В.**, Ат. Казаков, С. Станева Използване продуктите на креативната индустрия за развитие на креативен туризъм в България, в сб. Научни трудове том LX, кн. 1, 2016 г. „Специализирани видове туризъм - предизвикателства и перспективи“, изд. АИ на АУ Пловдив, 2016, ISSN (print): 1312-6318, ISSN (online): 23675845, стр. 93-100, индексирано в CAB Abstracts, EBSCO Publishing, AGRIS

Съвременното развитие на човечеството е неизбежно свързано с активното и бързо развитие на новите технологии. Резултатите от него водят не само до въвеждането на нови начини и средства за производство и управление на световната икономика, но и до редица промени по отношение на секторното преразпределение и промените в регулирането на търсенето на световния пазар. Впечатляващият ръст в развитието на творческите индустрии е част от тези бързи промени. По данни на ЮНЕСКО в областта на културата и културните творчески индустрии се генерират 3 % от световния БВП и в тях са заети около 30 милиона души. В същото време развитието на туризма като световен феномен също е факт. По данни на СТО постоянният ръст в развитието му води до пазарен дял от 10% от световния БВП. Един от всеки единадесет души в света е зает в туристическата индустрия. В сектора се наблюдават две тенденции: все по-активно търсене на традиционни почивки и пазари и промяна в традиционните възгледи за туристическия престой. На преден план стои стремежът към активно преживяване и все по-голямо участие на туристите в предлаганите допълнителни услуги

Творческите дейности в туристическото предлагане са свързани не само с допълнителните услуги, но и с развитието на специализирано туристическо направление - креативен туризъм. Неговите ресурси са именно творческите индустрии. Изследването е разработено с помощта на въпросници, които бяха попълнени на място. То има за цел да анализира и представи намеренията на чуждестранните туристи в град Варна да закупят и използват продуктите на креативния туризъм и допълнителните услуги, предлагани чрез креативните индустрии. Настоящата разработка е насочена към проучване на възможностите за развитие на креативния туризъм в България на базата на все по-активното присъствие на творческите индустрии на нашия пазар. Активната работа в посока създаване на общи продукти ще постави българския туризъм в нова роля и ще провокира нов интерес към страната ни на туристическия пазар.

**Г.7.4. Николова, В. (2016)** Влияния на инфраструктурата на Смолянска област върху развитието на туризма, в сб. Научни трудове Том 2, СУБ – Смолян, изд. Съюз на учените в България, 2016, ISSN (print):1314-9490, стр. 155-162

Съществуват редица фактори и обстоятелства, които оказват влияние върху развитието на туризма в планинските райони, особено поради географската специфика на планините. До известна степен те определят начина на функциониране на туристическите атракции, спецификата на търсенето и предлагането, продуктовото разнообразие и др. Състоянието на местната инфраструктура е сред най-влиятелните фактори. Настоящото изследване има за цел да покаже как местната инфраструктура влияе върху развитието на туризма в една от най-посещаваните туристически дестинации в България - област Смолян. Изследването е посветено на качеството и проблемите, както и на перспективите за бъдещо развитие на инфраструктурата.

Г.7.5. Marinov, V., M. Assenova, V. **Nikolova** (2016) Participation in contracted research projects as an incentive for tourism students. BITCO conference proceedings: "Tourism education in 21st century: policies, practices, internationalization", College of Tourism, Belgrade, 2016, ISBN 978-86-82371-46-5, pp 305-318

Участие в реални изследователски проекти като стимул за студентите по туризъм

Целта на разработката е да се представят подхода и резултатите от съвместното участие на екипи от преподаватели и студенти от катедрата по туризъм в изследователски проекти, като се посочат ползите за различните групи заинтересовани, и по-специално за научното израстване и практическата подготовка на студентите от бакалавърска програма. Проучванията са осъществени в периода 2014 – 2015 г. и са насочени към изследване на круизния туризъм в българския участък на река Дунав и прилагането на Европейските индикатори за устойчиво развитие на туризма в Дунавския район на България. Методиката на проучванията с участието на студенти включва инструктаж и въвеждане в спецификата на маркетинговите изследвания и техниките на анкетните проучвания, контролирани теренни изследвания, анкетно проучване за удовлетвореността на студентите от извършената дейност. Анализът на резултатите води до заключението, че участието в изследователски проекти дава шанс на младите хора да участват активно в процеса на набавяне на първична информация, да анализират и да правят изводи за актуалното състояние и развитие на туризма в отделни туристически дестинации и региони. Най-общо студентите изразяват своята удовлетвореност от общата идея и подхода на теренните проучвания, цялостното преживяване, свършената работа и постигнатите резултати, както и от забавните моменти.

Г.7.6. **Вера Николова** (2017) Ресурси за развитие на устойчив туризъм в западнородопските общини Девин, Доспат, Борино и Брацигово. Добри практики. В сб. „Устойчиво регионално развитие на България“, изд. Булгед ООД, София, 2017, ISBN 978-619-90054-7-7, стр. 98-111

Развитието на туризма в региона на Западните Родопи от много години се определя от силната доминация на сезонния ски, СПА и пешеходен туризъм. През последните години се появиха нови тенденции. Предлагат се нови туристически продукти на базата на ресурсното разнообразие в планинския регион. Туристическият ресурсен фонд, както и ресурсният запас на района (общините Девин, Доспат, Борино и Брацигово) дават възможности за развитие на устойчиви форми на туризъм. Стремежът към устойчиво развитие на икономиката като цяло, подкрепен от провежданите програми и стратегии за развитие на горепосочените дестинации, съответства на съвременните усилия, полагани от човечеството и международните институции, целящи да се справят с все по-осезаемите последици от изменението на климата и да запазят чиста околна среда за бъдещите поколения в глобален мащаб. Целта на настоящата публикация е да представи някои от добрите практики за развитие на туризма в изследвания район, които отговарят в голяма степен на изискванията за баланс и устойчивост на околната среда и служат като пример за други подобни дестинации.

Г.7.7. **Вера Николова** (2018) Усвояване на материалното културно наследство в Смолянска община за нуждите на културния туризъм. Особенности и проблеми., в сб. „Регионално развитие и политика. Юбилеен сборник посветен на проф. д-р Петър Славейков“, изд. „Мелани“, София, 2018, ISBN 978-954-92917-8-0, стр. 29-39

Обектите на материалното културно наследство са главни ресурси за развитие на културен туризъм. Смолянска община разполага с богат набор от такива обекти, датирани от различни исторически периоди. Настоящата публикация цели да представи проблемите, свързани с усвояването на недвижимите културни ценности на територията на общината и тяхното интерпретиране за нуждите на туризма в дестинацията.

Г.7.8. **Николова, В.**, М. Асенова, В. Маринов, А. Казаков, Р. Митова, Е. Петкова (2019) Кулинарните празници и фестивали в България като културно-туристическа атракция, в сб. „MICE туризъм: фестивали, инсентиви, конференции, изложения“, Варна, 2019, изд. „Славена“, ISBN 978-619-190-149-4, стр. 183-197

Кулинарните празници и фестивали в България като културно-туристически атракции На картата на кулинарните дестинации в света България не се намира сред найпознатите страни. Страната обаче притежава интересни и автентични кулинарни традиции и практики, които могат да я направят потенциална кулинарна дестинация. Богатите кулинарни традиции в България и техните регионални особености са основа за създаване на специфични за страната кулинарни празници, фестивали и събори, които са важна туристическа атракция и привличат многобройни посетители. Целта на настоящото изследване е да се проучат кулинарните празници и фестивали като културно-туристически атракции, представляващи елемент на продукта на кулинарния туризъм в България и да се очертаят техните регионалните специфики.

Г.7.9. Маринов, В., М. Асенова, **В. Николова**, Е. Петкова (2020) Туристическо търсене на атракциите, основани на културното наследство, в община Велико Търново, Сборник от Юбилейна научна конференция „Туризмът – отвъд очакванията“, издателство:Изд. комплекс – УНСС, 2020, стр.:558-571, ISBN:978-619-232-296-0

Туристическо търсене на атракциите, основани на културното наследство, в община  
Велико Търново

Община Велико Търново е един от най-добрите примери в България като дестинация за културен туризъм. Проучването на туристическото търсене на атракциите, основани на културното наследство, които се предлагат в общината, дава възможност да се направят изводи за съвременното състояние и развитие на културния туризъм в района, за пазарния



сегмент, отношението на посетителите към предлагания продукт и качеството на обслужването, както и да се изведат някои очертаващи се проблеми. Целта на представеното изследване е чрез анализ на туристическото търсене да се направи количествена оценка на посещаемостта и качествена оценка на удовлетвореността на посетителите от туристическите атракции, основани на културното наследство.

Г.7.10. Marinov, V., M. Assenova, **V. Nikolova**, A. Kazakov, R. Mitova, E. Petkova (2020) Profile of Visitors to Cultural Heritage Attractions in Bulgaria. Proceedings of 6th International Scientific Conference GEOBALCANICA 2020, 12-13 May 2020, Ohrid, North Macedonia, Geobalcancia Society – Skopje, North Macedonia, ISSN (online): 1857-7636, pp 389-406 <http://dx.doi.org/10.18509/GBP.2020.44>

#### Профил на посетителите на атракции, основани на културното наследство в България

Общата цел на изследването е да набере емпирична информация за предлагането и търсенето на атракциите, основани на културното наследство в България, а конкретната цел е да очертае подробен профил на посетителите на туристически атракции, основани на културното наследство. Методическият инструментариум включва предварително камерално изследване на избраните атракции, полуструктурирани интервюта с „операторите“ на атракции, основани на културното наследство, анкетно проучване на посетителите на атракции, основани на културното наследство, както и наблюдения и експертни оценки. Типологията на посетителите се основава на методологията, предложена от McKercher (2002). Целта ѝ е да създаде по-точна класификация (сегментация) на „културните туристи“ и се основава на комбинация от две измерения - значението на културните мотиви (културен туризъм) в решението за посещение на дестинацията и дълбочината на преживяването, свързано с културата и наследството на дестинацията. Общо 668 посетители са интервюирани на 30 обекта, определени като туристически атракции, основани на културното наследство.

Дизайнът на въпросника и получените данни позволяват да се очертае подробен профил на посетителите по отношение на техните социално-демографски характеристики и характеристиките на пътуването, съответно на поведението на туристите. Разработена е типология на посетителите по отношение на културния туризъм, включително профил на всеки от очертаните типове. Разкриват се и се анализират техните взаимовръзки с характеристиките на посетителите и пътуванията. Резултатите показват, че типът културен турист в повечето случаи е променлива, която обяснява диференциацията в поведението на посетителите по-добре от типично използваните социално-демографски характеристики.

Г.7.11. **Вера Николова** (2022) Събитийният туризъм в планинските райони на България. СЪЮЗ НА УЧЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ – СМОЛЯН, Научни трудове Том 3, част 2, 2022; ISSN:1314-9490 (online), стр. 414-423

България е туристическа дестинация, в която планинските райони предлагат възможност за развитие на туризъм в четири сезона. Въпреки това и в тях, както и по крайбрежието се наблюдава определено проявена сезонност на туристическите посещения. Особено ярко тази сезонност е изразена в най-силните курортни центрове. Предлагането на нови атракции, създаването и промотирането на нови продукти дават възможността за преодоляването ѝ, за целогодишното използване както на наличната материална база, така и на ангажираните в туризма трудови ресурси. Събитийните прояви се явяват едни от най-привлекателните атракции за туристите не само в големи и утвърдени с подобен род дейности градски центрове. Все по-голямо място тези прояви заемат в туристическото предлагане на планинските дестинации, включително на отдалечени и до скоро непознати малки градчета и селски територии. Предлагайки нови, в редица случаи непознати, но атрактивни и провокиращи любопитство събития, придобивайки опит в организацията и управлението на събитията, планинските райони в страната се превръщат във все по-предпочитани дестинации за туризъм през цялата година. Събитийният туризъм в планините на България все по-често се приема като ценна алтернатива за туристическото им развитие.

Г.7.12. Kazakov, A., **V. Nikolova**, Special features in supply of "City Breaks" as tourist product in destinations Sofia and Skopje, Eastern Academic Journal, issue:3, 2015, pages:1-14, Ref, др.(Google Scholar, CEEOL, Cite Factor Open Academic), онлайн, <https://www.eacadjournal.org/article9.html>

#### Особености при предлагането на "City Breaks" като туристически продукт в дестинациите София и Скопие

Кратките почивки, организирани в градска среда през уикендите, са известни като "City Breaks". Тези продукти са разработени съвсем наскоро - в началото на ХХ век. Появата им е в отговор на нарастващата мобилност на населението. Това се случи навсякъде по света, най-вече в добре развитите страни. Важни фактори, които повлияха на съвременното развитие на почивките в градовете, са: рязкото подобряване на транспортната инфраструктура в цяла Европа, както и променящото се търсене, ориентирано към пократки почивки. Развитието на този продукт дава възможност за диверсификация на туристическото предлагане. То поставя акцент върху културното наследство, което е концентрирано в градовете и местата за развлечение. Най-голяма популярност "City breaks" имат сред младите самотни туристи и възрастните хора от възрастовата група 55+. Това са едни от най-платежоспособните групи от населението. Хората са добре образовани. Те имат по-високи изисквания към културните преживявания и развлеченията. Най-накрая те разполагат с достатъчно свободно време. Основната цел на статията е да се проучат възможностите на София и Скопие да развият този туристически продукт както поотделно, така и в комбинирани туристически пакети. Техните предимства се определят от близостта им по отношение на културата и езика и от общата им история в определени периоди от

време. Функцията им на столици и малкото разстояние между тях са допълнителни условия за възможно комбинирано предлагане на "City Breaks".

## **Г.9. Студии, публикувани в нерелефирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове**

Г. 9.1. Дограмаджиева, Е., Р. Митова, **В. Николова** (2018) Качествено изследване на местното туристическо развитие чрез интервюта с ключови информатори на примера на София, Годишник на СУ, ГГФ, кн. 2 – География, том 111, 2018, ISSN (print): 0324 – 2579, ISSN (online): 2535 – 0579, стр. 179-202 [https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet/t/fakulteti/geologo\\_geografski\\_fakultet/oficialni\\_izdaniya/kniga\\_2\\_geografiya\\_tom\\_111](https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet/t/fakulteti/geologo_geografski_fakultet/oficialni_izdaniya/kniga_2_geografiya_tom_111)

Статията представя качествено изследване на развитието на местния туризъм в столицата София, която е избрана заради динамичното си скорошно развитие като туристическа дестинация. Проучването е проведено в рамките на по-широко изследване, включващо и количествен анализ на статистически данни и други вторични източници. Качественото изследване прилага метода на лични полуструктурирани интервюта, които са осъществени с двадесет и седем ключови информатори през април-май 2017 г. Ключовите информатори са избрани да представляват различни сектори на местната туристическа индустрия и свързаните с нея услуги, както и органът за управление на туризма на ниво дестинация. Те са запитани за основните положителни и отрицателни тенденции, наблюдавани в дестинацията, тяхната оценка за актуалните двигатели на развитието на туризма и свързаните с тях текущи предизвикателства. Информацията, получена от интервютата, е анализирана с помощта на техники за качествен анализ чрез кодиране на съдържанието и проверка на надеждността на кодирането. Резултатите потвърждават, че град София напоследък претърпява бързо развитие на туризма, което се отнася по-скоро към търсенето, отколкото към предлагането, и е широко оценено като успешно. Положителните тенденции се отнасят главно до растежа и диверсификацията на международния пазар, както и промяната в профила и поведението на чуждестранните туристи, което предполага, че София все повече се превръща в основна цел на посещението, отколкото в междинна спирка и вече се възприема като атрактивна туристическа дестинация. Негативните тенденции са свързани не толкова със скорошните промени, а с липсата на адекватни решения на дълготрайните местни проблеми. „Новите“ неблагоприятни промени изглежда са свързани с установения имидж на София като евтина дестинация и възникващите негативни въздействия от туризма. Повечето от ключовите информатори специално подчертават, че наблюдаваните положителни тенденции са резултат от благоприятно стечение на външни обстоятелства, а не от усилия, положени от местните заинтересовани страни. Все пак вътрешните фактори не трябва да се подценяват, тъй като те действат заедно с външните, което води до кумулативен ефект. Следователно решаването на местните проблеми, свързани с туризма, се възприема широко като основно предизвикателство, което трябва да се преодолее, за да се оползотворят възможностите,

идващи отвън. От друга страна, външните сили за развитие са извън вътрешен контрол и могат да бъдат загубени при промяна на обстоятелствата. Следователно по-ясна дългосрочна визия, заедно с повече гъвкавост и нестандартно мислене са необходими за насърчаване на текущото положително развитие и предпазване на София от нови проблеми и възникващи негативни въздействия.

Г.9.2. Стела Стефанова, **Вера Николова** (2020) Римско археологическо наследство и нагласите за включването му в туристически продукт на областите Монтана, Враца и Видин, ГОДИШНИК НА СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ “СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ, том 112, кн. 2 - География, 2020, ISSN (print): 0324 – 2579, ISSN (online): 2535 – 0579, стр. 354-381 [https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet\\_t/fakulteti/geologo\\_geografski\\_fakultet/oficialni\\_izdaniya/kniga\\_2\\_geografiya\\_tom\\_112](https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/geologo_geografski_fakultet/oficialni_izdaniya/kniga_2_geografiya_tom_112)

Настоящата статия е резултат от проучване на римското археологическо наследство, извършено на територията на Северозападна България, в областите Видин, Враца и Монтана, които са сред най-слабо развитите в икономическо отношение области в страната. Развитие на туризма им също не се отличава с добри показатели. В същото време там има голям брой регистрирани обекти на римското археологическо наследство. Някои от тях са били разкопавани в миналото, други все още са в процес на проучване, но само няколко от тях са оценени, социализирани и използвани като туристически атракции. Проучването на възможностите за използване на това наследство за целите на културния туризъм в дестинациите е извършено въз основа на обстойни теренни наблюдения и анкета, проведена за целите на настоящата публикация сред някои от заинтересованите страни, които са имат нагласата да използват това наследство за нуждите на туризма в региона и същевременно да се грижат за неговото опазване.

Резултатите от анализа показват, че римското археологическо наследство се оценява високо като значима и важна част от културното наследство на района както от експертите от музеите, така и от местните власти в лицето на общинските администрации. Възниква идеята за интерпретирането му за нуждите на туризма чрез създаване на отделен, но възможен интегриран туристически продукт. Повечето от ограничаващите фактори са свързани с групата на проблемите на културното наследство, отколкото тези, свързани със социално-икономическата среда. Все пак до голяма степен се разчита на използването на наследството за извличане на максимални икономически ползи за местните общности чрез развитието на туризма.

Границата е много тънка и определено е необходимо да се намери баланс между търсенето на икономически просперитет, привличането на инвестиции и създаването на условия за опазване на наследството чрез поемане на адекватни отговорности.

Г.9.3. Маринов, В., М. Асенова, **В. Николова** (2021) Квалификация на заетите в туристическите атракции, основани на културно-историческото наследство – състояние и проблеми, Годишник на СУ "Св. Кл. Охридски", ГГФ, кн. 2 – География, том 113, 2021, ISSN (print) 0324 – 2579, ISSN (online) 2535 – 0579, стр. 361-388

Квалификация на заетите в туристическите атракции, основани на културноисторическото наследство – състояние и проблеми

Целта на статията е да анализира текущото състояние на подготвеност на персонала в атракциите, основани на културното наследство в България по отношение на тяхното образование, квалификация и способности и да идентифицира съществуващите проблеми в посочените аспекти. Анализът се основава на проучвания сред ключови заинтересовани страни, а именно - операторите на туристически атракции, основани на културното наследство, посетителите и сертифицираните екскурзоводи, проведени през 2019 и 2020 г. Резултатите показват задоволително ниво на подготовка на персонала, но някои недостатъци по отношение на по-широките знания, начина на предоставяне на информацията и нейната интерпретация, както и владеенето на чужд език са очевидни.

Г.9.4. Маринов, В., М. Асенова, М. Воденска, Е. Дограмаджиева, Р. Минковски, В. Янева, **В. Николова**, А. Казаков Производственият стаж в обучението по туризъм в Софийския университет "Св. Климент Охридски" ISBN 978-954-07-4247-2; [https://www.unisofia.bg/index.php/bul/universitet\\_t/fakulteti/geologo\\_geografski\\_fakultet/oficialni\\_izdaniya](https://www.unisofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/geologo_geografski_fakultet/oficialni_izdaniya)

Производственият стаж в обучението по туризъм в Софийския университет „Св. Климент Охридски“

Целта на тази книга е да представи подробен анализ и оценка на опита на катедра „География на туризма“ по осигуряване на производствени стажове на студентите въз основа на наличната документация за период от близо 20 години (1997-2015). За тази цел бяха извършени следните дейности: преглед и систематизиране на наличната документация за производствените стажове, по-специално формулярите за регистрация и оценка на работодателите и отчетите на студентите; проектиране на база данни за количествена обработка на информацията (SPSS и Excel); обработка и анализ на резултатите. Голяма част от информацията е извлечена от свободните отговори и коментари, предоставени във формулярите за оценка на работодателите и отчетите на студентите. Те са класифицирани въз основа на тяхното съдържание и също са подложени на количествен анализ (Excel). Това се отнася по-специално за: специфични дейности на стажантите по време на стажа; оценка от работодателите на личните и професионални характеристики на студентите; оценка от работодателите за работата на обучаваните студенти до 2009 г. (от 2010 г. се изисква количествена оценка); самооценка от страна на студентите; препоръки от работодатели и стажанти. Наличната информация за 60% от стажовете осигурява надеждна основа за анализ

и оценка на организацията и провеждането на производствените стажове, както и представянето на студентите.

Г.9.5. **Николова, В.** (2022) Заведенията за хранене и развлечения в област Смолян като част от туристическото предлагане – съвременно състояние на базата, Сб. от Национална научна конференция с международно участие "Образование, наука общество", Университетско издателство "Паисий Хилендарски", Пловдив, 2022, ISBN 978-619-766343-3 стр. 849-875

Територията на Смолянска област е изцяло планинска. Поминокът на населението е свързан с планината. Традиционната кухня не се отличава с голямо разнообразие, но е уникална, а кулинарните традиции са част от нематериалното културно наследство на този край. Но доколко тези традиции и култура за приготвяне на храната са част от туристическото предлагане? Целта на настоящето изследване е да проучи съвременното състояние на реално регистрираната материална база от заведения за хранене и развлечения в областта. Направеният анализ би могъл в известна степен да даде отговор за реалното развитие на тези бизнес обекти, които могат да се използват от туристите – тяхното видово разнообразие, категорийна структура, капацитет и особеностите на предлаганите услуги в тях. Вследствие на сравнителната характеристика на показателите за десетгодишен период може да се направят изводи за промените и особеностите, които базата от заведения за хранене и развлечения в областта е претърпяла, и да се дадат някои насоки и препоръки за по-нататъшно ѝ развитие.

## **Г.10. Публикувана глава от колективна монография**

Г.10.1. Elka Dogramadjieva, **Vera Nikolova**, Radenka Mitova Sofia City as a Tourist Destination: Recent Trends and Development Drivers - In: M. Vodenska, V. Marinov, M. Assenova, E. Dogramadjieva (Eds), Traditions and Innovations in Contemporary Tourism, Cambridge Scholars Publishing, ISBN (10):1-5275-0829-3 ISBN (13):978-1-5275-0829-3 pp 281-305

Въпреки изключителното значение на град София като основен административен и културен център на България и наличието на разнообразни туристически ресурси както в центъра на града, така и в околностите, доскоро той не се отличаваше като привлекателна туристическа дестинация. Тази ситуация обаче изглежда се е променила през последните няколко години. Има общо усещане за възход на туристическата индустрия, и доколкото широкото присъствие на чуждестранни туристи по улиците, в ресторантите и магазините вече не е изненада, то това постепенно се превръща в част от градския пейзаж. Настоящата статия се стреми да отговори на няколко изследователски въпроса: 1) подкрепено ли е общото впечатление за динамично развитие на град София като туристическа дестинация от официалната статистика; 2) споделят ли такова впечатление различните заинтересовани страни в развитието на местния туризъм и в кои аспекти виждат положителна или отрицателна промяна; 3) кои са основните настоящи двигатели и ограничения за развитието

на туризма в София според възприятията на заинтересованите страни. Анализът се базира на статистически данни и полуструктурирани интервюта с избрани ключови информатори. Правят се изводи, като се очертават положителните и отрицателните тенденции в развитието на туризма, както и основните текущи предизвикателства, свързани с вътрешните и външните движещи сили за развитие.

**Г.10.2. Вера Николова** Анализ на чуждестранния опит относно мерките, предприети от публичните власти и бизнеса за преодоляване на кризата от COVID - 19 в туризма и културата, В: В: Кабаков, И., В. Маринов, М. Асенова, В. Николова, Е. Петкова, Р. Митова, Н. Стоева, М. Станева, П. Петров, Г. Димитрова. COVID-кризата в културата и туризма, основан на културно наследство: идеи за изход от ситуацията. Университетско издателство "Св. Кл. Охридски", София, 2021, ISBN:978-954-07-5214-3

Пандемията от COVID-19 причини огромните загуби на икономиката в световен мащаб. Едни от най-засегнатите сектори се оказаха туризмът и голяма част от културните индустрии.

В тази част от монографията чрез анализиране на данни от изследване на Световната организация по туризъм UNWTO, се представят тенденциите в спада на туристическата индустрия в следствие на пандемията от Covid-19. UNWTO предлага пакет от препоръки за развитие на партньорството между двата сектора – на туризма и на културата и мерките за преодоляване предизвикателствата, породени от кризата с пандемията, създадени от Отдела по етика, култура и социална отговорност на UNWTO в сътрудничество международни партньори.

Отбелязва се, че изследването на мерките, които се вземат от публичните власти и бизнеса на национално ниво, дава възможност за сравняване на модели за справяне с кризата и преодоляване на последиците от пандемията, в зависимост от специфичните особености в развитието не само на проблема с COVID – кризата, но и от степента на икономическите и културни възможности на отделните страни.

Прави се обосновка на обхвата на наблюдаваните страни: за анализа са подбрани за изследване мерките за превенция и справяне с кризата, предприети не само на национално, но и на бизнес ниво от 20-те страни. Описват се и критериите за подбор на тези страни. Представени са и обобщени резултати от собствено проучване на наличната към момента на проучване информация от вторични източници, за отражението на пандемията върху едни от най-посещаваните туристически обекти и събития в двадесетте страни. Предприетите мерки в наблюдаваните страни за преодоляване на кризата от COVID19, се класифицират в няколко групи. Описани са мерките, предприети от публичните власти по отношение на конкретни подсектори и заинтересовани – бизнеси, институции, юридически и физически лица, като се отбелязва, че по-голяма част от мерките, предприети към тази категория, са предприети по отношение на артисти, художници, приложници и др., наети в културни институции и самонаети.

Разгледани са и мерките, предприети по отношение на културни институции, туристически атракции на основата на културното наследство, културни събития, хотелиерството, заведенията за хранене, обектите на развлекателната индустрия и транспортните превозвачи.

Анализът на мерките, предприети от конкретните заинтересовани страни – отделни бизнеси в туризма (туристически фирми), културни институции, оператори на туристически атракции показва конкретните решения, които заинтересованите страни са предприели за да се справят с кризата.

Обобщените резултати и изводи подчертават, че направеният анализ на групите предприети мерки, целящи преодоляване на кризата в секторите на културата и туризма в наблюдаваните страни, не може да претендира за абсолютна детайлност и съвършена прецизност, тъй като все още продължава борбата на публичните власти, населението и бизнеса с разразилата се безпрецедентна опасност от пандемията. Продължава актуализирането на мерките както на локално и национално ниво, така и на тези, които се препоръчват от СЗО и водещи научни центрове в света.

Г.10.3. Васил Маринов, Мариана Асенова, **Вера Николова** Кризата от COVID19 през погледа на потърпевшите - резултати от анкетно проучване: Възстановяване и развитие. В: Кабаков, И., В. Маринов, М. Асенова, В. Николова, Е. Петкова, Р. Митова, Н. Стоева, М. Станева, П. В. Петров, Г. Димитрова. COVID-кризата в културата и туризма, основан на културното наследство: идеи за изход от ситуацията. Университетско издателство "Св. Кл. Охридски", София, 2021, ISBN:978-954-07-5214-3

В тази част от монографията се представят резултати от анкетно проучване, свързано с кризата от COVID-19 през погледа на потърпевшите. Разглежда се промяната в потребителите след отменяне на извънредното положение и възстановяването и развитието след пандемията. На първо място е разгледана промяната в броя на потребителите. Отбелязва се, че въпреки усилията, националната статистика показва много сериозен спад на посетителите на българските курорти и туристическите атракции на родна територия. Разглежда се и промяната в структурата (профила) на потребителите. По отношение на времето за възстановяване от пандемията се отбелязва, че общата преценка на анкетираните е, че ще е необходимо доста време.

Разгледани са и мерките и инициативите на публичните власти, подпомагащи възстановяването на дейността. Подчертава се, че не е еднозначна оценката за приложимостта на предварително обявените мерки и инициативи на публичните власти, които биха подпомогнали възстановяването и развитието на секторите на културата и туризма. Отбелязва се, че внимание заслужават тези инициативи и мерки, които са



подкрепени с над 25% от отговорилите и се смятат за най-важни. Прави се извод, че резултатите позволяват обособяването на предпочитаните мерки и инициативи в две групи. Акцентира се, че по отношение на условията, на които би трябвало да отговорят адресатите на мерките и инициативите в областта на културата, доста ясно се очертават две водещи условия или изисквания – да имат доказана активност в културния живот през последните 3 години и да имат отменени събития и дейности за периода на извънредното положение.

Отговорите, свързани с мерките за преодоляване на кризата по отношение на свободните професии и нестопанските организации в културата и туризма също са анализирани и са направени съответните изводи.

По отношение на въпроса за финансиране на рекламата на туристически дестинации и други публични блага се показва много категорична подкрепа за финансиране на рекламата на национални, регионални и местни туристически дестинации и публични блага в областта на културата и туризма.

Подчертава се, че подкрепата за евентуална промяна на мерките спрямо културата и туризма от субсидиране на заетост към подпомагане на нови продукти не е толкова категорична - много висок е процентът на отговори „при определени условия“.

## **Е. 20. Публикуван университетски учебник или учебник, който се използва в училищната мрежа**

Е.20.1. Борисова, Л., Е. Александрова, В. Николова, Гостоприемство в туристическата индустрия - 2 част, ISBN:978-619-7423-20-4, МАТКОМ, София, Рецензирано

### **Раздел XVI. Бит, Традиции и кулинарно изкуство**

Този раздел е част от учебник, одобрен от МОН и предназначен за ученици и студенти. Съдържа четири основни теми, като след всяка една от тях са поместени и въпроси за самоподготовка.

**Първата тема** разглежда българската обредна система - същност, основни понятия, обредите като част от световното културно наследство, значението им за формиране на празничния календар, мястото им сред туристическите ресурси и атракции на страната. Обредите са част от духовната култура на народите. В голяма степен те отразяват особеностите на културните традиции на населението и са културни ценности за всяка страна. Могат да бъдат свързани с природата и отношението на хората към нея, с важни събития за хората от общността, с определена религиозна традиция.

Обредната система на българите е резултат от дълъг исторически процес на трансформации и това е представено подробно и по исторически периоди в предвидените учебни единици.

Формираната през вековете обредна система е в основата на празничния календар на населението по българските земи. Наред с официалните национални празници празничният календар се допълва от някои от най-големите религиозни празници. Обръща се внимание, че все още няма единно мнение сред учените относно класифицирането на обредната система на българите.

В контекста на обредната система, традициите, обичаите и занаятите в България, са представени елементите на нематериалното наследство, включени в Списъка световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО и в Списъка с нематериално културно наследство на ЮНЕСКО.

Обръща се внимание, че обредите и традиционните празници са едни от най-атраktivните събития, които привличат интереса на туристите по цял свят. Те са в основата на редица специализирани туристически посещения, свързани с културен, фестивален или религиозен туризъм. Обредите и традиционните празници се отнасят към няколко групи антропогенни туристически ресурси. Разгледани са различни групи обичаи - с трудовобитов или фолклорен характер и периодични събития.

**Втората тема** от материала разглежда българските празници, свързани със сезоните. Подробно е описано формирането на празничната календарна обредност, която още от древността се свързва с годишните цикли на промяна в природата, които са зависими от космическите сили и влияния. Очертават се два типа календарна празничност - свързана със Слънчевия календар и свързана с Лунния календар. Като празничната обредност на българите е подчинена на Слънчевия календар.

Направен е преглед на имената и периодите на честване на празниците от зимния, пролетния, летния и есенния празничен календар на българите. Празниците от различните сезони са поместени в отделни таблици, а най-големите празници и обичаите, свързани с тях, са описани подробно. Добавени са и снимки за онагледяване.

**Третата тема** запознава учениците със същността на българските фолклорни обредни празници представя техните особености в зависимост от спецификата на отделните фолклорни области на България. Представянето на някои от най-популярните фолклорни празници в тази тема има за цел да покаже тяхното значение и за туристическото развитие на регионите.

Подробно са описани музикално-фолклорните области в България и техните специфики, празничния фолклорен календар в България, най-големите международни фолклорни празници в България, националните фолклорни прояви.

Представено е своеобразно групиране както на националните, така и на регионалните и местните празнични прояви, в зависимост от целта, начина на организиране, преобладаващото народно изкуство или представената специфична жанрова обредност (независимо от териториалния обхват).

**Четвъртата тема** представя същността, историческото развитие и факторите за развитието на кулинарното изкуство в България. Обръща се внимание на кулинарните празнични събития в България (кулинарни празници, фестивали и събори). Представено е и поделянето им в няколко групи.

В табличен вид са представени някои от най-популярните кулинарни празници в България.

14.02.2023 г.

Подпис.....  
(доц. д-р Вера Николова)