

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

СПИСЪК С РЕЗЮМЕТА НА ПУБЛИКАЦИИ

на гл. ас. д-р Любомира Пинелова

преподавател в катедра „Туризм“

при Стопански факултет на Югозападен университет „Неофит Рилски“

за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“

по професионално направление 3.9. Туризм

Икономика и управление на туризма

„Екосистемен подход и иновации в хотелиерството“

I. Монография

1. Пинелова, Л. (2026). Екосистемен подход в хотелиерството.

Abstract

The monograph examines the application of the ecosystem approach in hospitality, with a focus on independent hotel enterprises. The study conceptualizes the hotel not as an isolated business unit, but as an active participant in a broader tourism ecosystem composed of partners, suppliers, intermediaries, digital platforms, public institutions, local communities and tourists.

The research presents the theoretical foundations of the ecosystem approach and adapts them to the specific characteristics of hospitality. Special attention is paid to the interaction between hotel enterprises and the surrounding destination environment, as well as to the role of cooperation, digital maturity, innovation and shared value creation.

A methodological framework is developed for assessing the readiness of independent hotel enterprises to participate in an ecosystem. The proposed framework includes criteria related to strategic compatibility, reputation and values, readiness for cooperation, resources and competencies, and digital maturity. The PDCA management cycle is adapted as a practical tool for planning, implementing, monitoring and improving ecosystem interactions in hospitality.

The monograph also analyzes key risks related to ecosystem participation and proposes management guidelines for strengthening the competitiveness and sustainability of independent hotels. The study contributes to the development of a contemporary theoretical, methodological and applied framework for ecosystem-based management in hospitality.

Резюме

Монографията изследва приложението на екосистемния подход в хотелиерството, с фокус върху независимите хотелски предприятия. В разработката хотелът се разглежда не като изолирана бизнес единица, а като активен участник в по-широка туристическа екосистема, включваща партньори, доставчици, посредници, дигитални платформи, публични институции, местни общности и туристи.

В изследването са представени теоретичните основи на екосистемния подход и тяхната приложимост към спецификата на хотелиерството. Специално внимание е отделено на взаимодействието между хотелските предприятия и дестинационната среда, както и на ролята на сътрудничеството, дигиталната зрялост, иновациите и съвместното създаване на стойност.

Разработена е методическа рамка за оценка на готовността на независимите хотелски предприятия за участие в екосистема. Предложената рамка включва критерии, свързани със стратегическа съвместимост, репутация и ценности, готовност за сътрудничество, ресурси и компетенции и дигитална зрялост. Управленският цикъл PDCA е адаптиран като практически инструмент за планиране, изпълнение, наблюдение и усъвършенстване на екосистемните взаимодействия в хотелиерството.

Монографията анализира и основни рискове, свързани с участието в екосистема, като предлага управленски насоки за повишаване на конкурентоспособността и устойчивостта на независимите хотели. Изследването допринася за разработването на съвременна теоретична, методологическа и приложна рамка за екосистемно управление в хотелиерството.

II. Статии и доклади, публикувани в научни издания

2. Pinelova, L. (2026). Ecosystem Perspectives in Tourism: Theoretical Roots, Conceptual Evolution, and Research Frameworks. Economics and Management, Vol. XXIII, Issue 1, pp. 17–35.

Abstract

The article explores the theoretical roots, conceptual evolution and research frameworks of the ecosystem perspective in tourism. It examines the transfer of the ecosystem concept from natural sciences to management and tourism studies and outlines its connection with business ecosystems, innovation ecosystems, entrepreneurial ecosystems, platform ecosystems, organizational ecology, neo-institutional theory and dynamic capabilities.

The study argues that tourism cannot be fully understood through the analysis of individual enterprises alone, since tourism development is based on networks of interdependent actors, resources, institutions, technologies and consumers. The article systematizes the main ecosystem perspectives applicable to tourism and discusses their relevance for destination management, hospitality, digital transformation and value co-creation.

The research contributes to clarifying the conceptual use of the term “ecosystem” in tourism studies and proposes a framework for further analysis of tourism ecosystems, including their actors, boundaries, coordination mechanisms and value creation processes.

Резюме

Статията изследва теоретичните корени, концептуалната еволюция и изследователските рамки на екосистемната перспектива в туризма. Проследява се пренасянето на понятието „екосистема“ от природните науки към управлението и туристическите изследвания, като се очертава връзката му с бизнес екосистемите, иновационните екосистеми, предприемаческите екосистеми, платформените екосистеми, организационната екология, неoinституционалната теория и динамичните способности.

В изследването се аргументира тезата, че туризмът не може да бъде пълноценно разбран единствено чрез анализа на отделни предприятия, тъй като туристическото развитие се основава на мрежи от взаимозависими участници, ресурси, институции, технологии и потребители. Систематизирани са основните екосистемни перспективи, приложими към

туризма, и е разгледана тяхната значимост за управлението на дестинации, хотелиерството, дигиталната трансформация и съвместното създаване на стойност.

Статията допринася за прецизиране на понятийната употреба на термина „екосистема“ в туристическите изследвания и предлага рамка за последващ анализ на туристическите екосистеми, техните участници, граници, координационни механизми и процеси на създаване на стойност.

3. Pinelova, L. (2026). Ecosystem Approach in Digital Tourism and Hospitality. International Journal of Digital Research, Vol. 2, Issue 1, pp. 55–65.

Abstract

The article examines the ecosystem approach in the context of digital tourism and hospitality. It argues that digital transformation changes not only individual tourism enterprises, but also the relationships between hotels, destinations, platforms, intermediaries, tourists and local communities.

The study presents hospitality as a central component of the tourism ecosystem, since hotels connect tourists with destination resources, transport, attractions, public services, local businesses and digital platforms. Special attention is paid to the role of online reservation systems, digital communication channels, customer data, platform mediation and smart tourism solutions.

The article discusses both the opportunities and risks of digital platforms for hotel enterprises. While platforms increase visibility, market access and operational efficiency, they may also create dependency, commission costs and loss of direct customer relationships. The study emphasizes the need for balanced digital participation through a combination of global platforms, direct digital channels and destination-level partnerships.

The article contributes to the conceptual understanding of digital tourism and hospitality ecosystems and highlights the importance of coordination, digital maturity and sustainable value creation.

Резюме

Статията разглежда екосистемния подход в контекста на дигиталния туризъм и хотелиерството. Аргументира се тезата, че дигиталната трансформация променя не само отделните туристически предприятия, но и взаимоотношенията между хотели, дестинации, платформи, посредници, туристи и местни общности.

Хотелиерството е представено като централен компонент на туристическата екосистема, тъй като хотелите свързват туристите с ресурсите на дестинацията, транспорта, атракциите,

публичните услуги, местния бизнес и дигиталните платформи. Специално внимание е отделено на ролята на онлайн резервационните системи, дигиталните комуникационни канали, клиентските данни, платформеното посредничество и smart tourism решенията.

В статията се разглеждат както възможностите, така и рисковете, които дигиталните платформи създават за хотелските предприятия. От една страна, платформите увеличават видимостта, достъпа до пазари и оперативната ефективност, но от друга страна могат да създадат зависимост, комисионни разходи и загуба на директна връзка с клиента. Подчертава се необходимостта от балансирано дигитално участие чрез съчетаване на глобални платформи, собствени дигитални канали и партньорства на равнище дестинация.

Статията допринася за концептуалното разбиране на дигиталните туристически и хотелски екосистеми и подчертава значението на координацията, дигиталната зрялост и устойчивото създаване на стойност.

4. Пинелова, Л. Р. (2026). Концептуален модел на иновационна екосистема в туристическата индустрия в условията на цифровизация. Пирински книжовни листи, Година XVII, Брой XVII.

Abstract

The article develops a conceptual model of an innovation ecosystem in the tourism industry under the conditions of digitalization. It focuses on the interaction between tourism enterprises, public institutions, educational and research organizations, technology companies, digital platforms and consumers as key actors in the innovation development of tourism.

The study formulates the concept of a regional digital innovation ecosystem in tourism and presents it as an integrated system of actors, digital platforms, services and management mechanisms. The proposed model includes three main blocks: diagnostics, development and decision-making, and monitoring.

Special attention is paid to the role of digital platforms as a structural core of the ecosystem, enabling coordination, information exchange, standardization, scalability and value co-creation. The article emphasizes that digital innovation ecosystems can support the competitiveness of tourism regions by stimulating cooperation, technological adaptation and sustainable growth.

The research contributes to the development of a conceptual framework for managing innovation processes in tourism at regional level.

Резюме

Статията разработва концептуален модел на иновационна екосистема в туристическата индустрия в условията на цифровизация. Фокусът е поставен върху взаимодействието между туристически предприятия, публични институции, образователни и научни организации, технологични компании, дигитални платформи и потребители като ключови участници в иновационното развитие на туризма.

В изследването е формулирано понятието „регионална цифрова иновационна екосистема в туризма“, разглеждана като интегрирана система от участници, цифрови платформи, услуги и управленски механизми. Предложеният модел включва три основни блока: диагностика, разработване и вземане на решения и мониторинг.

Специално внимание е отделено на ролята на цифровите платформи като структурообразуващо ядро на екосистемата, което осигурява координация, обмен на информация, стандартизация, мащабируемост и съвместно създаване на стойност. В статията се подчертава, че цифровите иновационни екосистеми могат да подпомогнат конкурентоспособността на туристическите региони чрез стимулиране на сътрудничеството, технологичната адаптация и устойчивия растеж.

Изследването допринася за разработването на концептуална рамка за управление на иновационните процеси в туризма на регионално равнище.

5. Pinelova, L. (2018). Innovative Trends in the Development of the Hospitality. In: The Cultural Corridors of South-Eastern Europe: Cultural Tourism Without Boundaries, Conference Proceedings Book, Santorini, Greece.

Abstract

The article examines contemporary innovative trends in the development of hospitality. It focuses on the role of new technologies, digital solutions and changing customer expectations in transforming hotel services and the overall guest experience.

The study discusses innovations such as artificial intelligence, virtual assistants, service robots, digital keys, virtual reality, interactive technologies and smart communication systems. These innovations are analyzed as tools for improving service quality, personalization, operational efficiency and customer satisfaction.

The article emphasizes that innovation in hospitality is not limited to technology, but also includes new service models, creative hotel products and the ability of hotel managers to adapt to changing market conditions. The study highlights the need for hotels to continuously monitor technological trends and integrate them into their management, communication and service processes.

Резюме

Статията разглежда съвременни иновационни тенденции в развитието на хотелиерството. Акцентът е поставен върху ролята на новите технологии, дигиталните решения и променящите се потребителски очаквания за трансформиране на хотелските услуги и цялостното преживяване на госта.

В изследването се обсъждат иновации като изкуствен интелект, виртуални асистенти, роботи в обслужването, дигитални ключове, виртуална реалност, интерактивни технологии и интелигентни комуникационни системи. Тези иновации са анализирани като инструменти за повишаване на качеството на обслужването, персонализацията, оперативната ефективност и удовлетвореността на клиентите.

Статията подчертава, че иновациите в хотелиерството не се ограничават само до технологиите, а включват и нови модели на обслужване, креативни хотелски продукти и способност на хотелските мениджъри да се адаптират към променящите се пазарни условия. Изследването откроява необходимостта хотелите постоянно да следят технологичните тенденции и да ги интегрират в управлението, комуникацията и процесите на обслужване.

6. Stavrova, E., Zlateva, D., Pinelova, L. (2021). The Digital Transformation in the Service of Business. Economics and Management, Vol. XVIII, Issue 1, pp. 128–136.

Abstract

The article examines digital transformation as a strategic process that changes business models, organizational culture, customer relations and value creation. It argues that digital transformation should not be understood only as technological modernization, but as a comprehensive change affecting management, operations, communication and competitiveness.

The study systematizes key areas of digital transformation, including big data, cloud technologies, artificial intelligence, automation, cybersecurity, digital marketing and smart products and services. It emphasizes the importance of digital strategies, entrepreneurial thinking and organizational adaptability.

The article contributes to the theoretical understanding of digital transformation as a prerequisite for business development and provides a basis for further research on digital maturity, digital ecosystems and innovation in tourism and hospitality.

Резюме

Статията разглежда дигиталната трансформация като стратегически процес, който променя бизнес моделите, организационната култура, отношенията с клиентите и създаването на стойност. Аргументира се тезата, че дигиталната трансформация не следва да се разбира само като технологично обновяване, а като цялостна промяна, която засяга управлението, операциите, комуникацията и конкурентоспособността.

В изследването са систематизирани ключови направления на дигиталната трансформация, сред които големи данни, облачни технологии, изкуствен интелект, автоматизация, киберсигурност, дигитален маркетинг и интелигентни продукти и услуги. Подчертава се значението на дигиталните стратегии, предприемаческото мислене и организационната адаптивност.

Статията допринася за теоретичното разбиране на дигиталната трансформация като предпоставка за развитие на бизнеса и създава основа за последващи изследвания върху дигиталната зрялост, дигиталните екосистеми и иновациите в туризма и хотелиерството.

7. Stavrova, E., Zlateva, D., Pinelova, L. (2021). Platform Economy as an Inevitable Development of Digital Business. Entrepreneurship, Vol. IX, Issue 1, pp. 87–95.

Abstract

The article examines the platform economy as an inevitable stage in the development of digital business. It analyzes digital platforms as new organizational and business models based on interaction between independent actors, network effects, data exchange and value co-creation.

The study presents the main characteristics of platform-based business models and discusses their role in connecting producers, consumers, service providers and complementary participants. Platforms are interpreted not only as technological tools, but also as digital ecosystems that coordinate market interactions and create new opportunities for growth and competitiveness.

Special attention is paid to the impact of digital platforms on traditional business models and to the need for enterprises to adapt to the new conditions of digital intermediation, connectivity and data-driven decision-making. The article provides a conceptual basis for further research on digital ecosystems, platform-mediated tourism and hospitality services.

Резюме

Статията разглежда платформената икономика като закономерен етап в развитието на дигиталния бизнес. Анализирани са дигиталните платформи като нови организационни и бизнес модели, основани на взаимодействие между независими участници, мрежови ефекти, обмен на данни и съвместно създаване на стойност.

В изследването са представени основните характеристики на платформените бизнес модели и тяхната роля за свързване на производители, потребители, доставчици на услуги и допълващи участници. Платформите са интерпретирани не само като технологични инструменти, а и като дигитални екосистеми, които координират пазарните взаимодействия и създават нови възможности за растеж и конкурентоспособност.

Специално внимание е отделено на въздействието на дигиталните платформи върху традиционните бизнес модели и на необходимостта предприятията да се адаптират към новите условия на дигитално посредничество, свързаност и вземане на решения, основани на данни. Статията създава концептуална основа за последващи изследвания върху дигиталните екосистеми, платформено-медиация туризъм и хотелиерските услуги.

8. Stavrova, E., Zlateva, D., Pinelova, L. (2021). Business Models of the Platform Economy (in the Context of Marketing, Finance and Tourism). Macedonian International Journal of Marketing, No. 14.

Abstract

The article explores the business models of the platform economy in the context of marketing, finance and tourism. It presents digital platforms as interactive ecosystems that connect people, organizations, resources and markets through technological infrastructure, data exchange and network effects.

The study analyzes the role of platform-based models in transforming traditional markets and creating new forms of value creation. In the field of tourism, special attention is given to smart tourism, digital intermediaries, personalized offers, mobile communication and the use of data for improving the customer experience.

The article emphasizes that platform business models remove barriers of time and space, facilitate interaction between participants and support more flexible and personalized service provision. The research contributes to the understanding of digital platforms as ecosystem-based business structures with significant implications for tourism and hospitality.

Резюме

Статията изследва бизнес моделите на платформената икономика в контекста на маркетинга, финансите и туризма. Дигиталните платформи са представени като интерактивни екосистеми, които свързват хора, организации, ресурси и пазари чрез технологична инфраструктура, обмен на данни и мрежови ефекти.

В изследването е анализирана ролята на платформените модели за трансформиране на традиционните пазари и за създаване на нови форми на стойност. В областта на туризма специално внимание е отделено на smart tourism, дигиталните посредници, персонализираните предложения, мобилната комуникация и използването на данни за подобряване на клиентското преживяване.

Статията подчертава, че платформените бизнес модели премахват бариерите на времето и пространството, улесняват взаимодействието между участниците и подпомагат по-гъвкавото и персонализирано предоставяне на услуги. Изследването допринася за разбирането на дигиталните платформи като екосистемно базирани бизнес структури със съществено значение за туризма и хотелиерството.

9. Stavrova, E., Zlateva, D., Pinelova, L. (2019). Digitization – The New Paradigm of a 21st Century Business. Macedonian International Journal of Marketing, Year 5, No. 10.

Abstract

The article examines digitization as a new paradigm of business development in the 21st century. It discusses the growing role of digital technologies in transforming business processes, organizational structures, customer relations, innovation activity and competitiveness.

The study emphasizes the importance of digital competencies as a key factor for successful adaptation to the changing business environment. Special attention is paid to data analysis, workplace transformation, digital customer experience, modernization of IT infrastructure and innovation in products and services.

The article argues that digitization is not limited to the introduction of technology, but requires strategic vision, organizational readiness and the development of human capital. The research provides a basis for further studies on digital transformation, digital maturity and innovation in tourism and hospitality enterprises.

Резюме

Статията разглежда дигитализацията като нова парадигма на бизнес развитието през XXI век. Обсъжда се нарастващата роля на дигиталните технологии за трансформиране на бизнес процесите, организационните структури, отношенията с клиентите, иновационната активност и конкурентоспособността.

В изследването се подчертава значението на дигиталните компетентности като ключов фактор за успешна адаптация към променящата се бизнес среда. Специално внимание е отделено на анализа на данни, трансформацията на работното място, дигиталното клиентско преживяване, модернизирането на ИТ инфраструктурата и иновациите в продуктите и услугите.

Статията аргументира, че дигитализацията не се изчерпва с внедряването на технологии, а изисква стратегическа визия, организационна готовност и развитие на човешкия капитал. Изследването създава основа за последващи разработки върху дигиталната трансформация, дигиталната зрялост и иновациите в туристическите и хотелиерските предприятия.

10. Stavrova, E., Zlateva, D., Pinelova, L., Vladov, R. (2018). Improving the Competitiveness of SMEs by Fostering and Promotion of Non-Technological Innovations. Macedonian International Journal of Marketing, Year 4, No. 7, pp. 97–106.

Abstract

The article examines the role of non-technological innovations in improving the competitiveness of small and medium-sized enterprises. It argues that innovation should not be understood only as technological development, but also as organizational, managerial, marketing and business model change.

The study highlights the importance of innovation culture, creativity, adaptability and cooperation as factors for enterprise development. Non-technological innovations are analyzed as a means of improving efficiency, market position, customer orientation and resilience in a changing business environment.

The research is relevant to tourism and hospitality, where many enterprises operate as SMEs and depend strongly on organizational flexibility, service quality, human capital and the ability to adapt to new market conditions. The article provides a conceptual basis for linking innovation, competitiveness and ecosystem participation.

Резюме

Статията изследва ролята на нетехнологичните иновации за повишаване на конкурентоспособността на малките и средните предприятия. Аргументира се тезата, че иновациите не следва да се разбират единствено като технологично развитие, а и като организационна, управленска, маркетингова и бизнес моделна промяна.

В изследването се подчертава значението на иновационната култура, креативността, адаптивността и сътрудничеството като фактори за развитие на предприятията. Нетехнологичните иновации са анализирани като средство за повишаване на ефективността, пазарната позиция, клиентската ориентация и устойчивостта в променяща се бизнес среда.

Изследването е релевантно за туризма и хотелиерството, където значителна част от предприятията функционират като малки и средни предприятия и зависят в голяма степен от организационната гъвкавост, качеството на обслужване, човешкия капитал и способността за адаптиране към новите пазарни условия. Статията създава концептуална основа за обвързване на иновациите, конкурентоспособността и екосистемното участие.

11. Grachka, L. (2011). Design and Implementation of Quality Systems in Tourism. Science & Research, Vol. 2.

Abstract

The article focuses on the design and implementation of quality systems in tourism. It examines quality management as an important tool for improving efficiency, customer satisfaction, organizational performance and competitiveness in tourism enterprises.

The study discusses the role of integrated management systems that combine quality, environmental responsibility, occupational health and safety, documentation, internal control and certification. The implementation of such systems is presented as a structured process requiring managerial commitment, staff involvement, training and continuous improvement.

The article emphasizes the importance of a systematic approach to tourism management and provides practical guidelines for the introduction of quality systems. It creates a foundation for further research on integrated management systems, competitiveness and sustainable development in tourism and hospitality.

Резюме

Статията е посветена на проектирането и внедряването на системи за качество в туризма. Управлението на качеството е разгледано като важен инструмент за повишаване на

ефективността, удовлетвореността на клиентите, организационните резултати и конкурентоспособността на туристическите предприятия.

В изследването се обсъжда ролята на интегрираните системи за управление, които обединяват качество, екологична отговорност, здравословни и безопасни условия на труд, документация, вътрешен контрол и сертификация. Внедряването на такива системи е представено като структуриран процес, който изисква управленска ангажираност, участие на персонала, обучение и непрекъснато подобрене.

Статията подчертава значението на системния подход в управлението на туризма и предлага практически насоки за въвеждане на системи за качество. Тя създава основа за последващи изследвания върху интегрираните системи за управление, конкурентоспособността и устойчивото развитие в туризма и хотелиерството.

12. Stankova, M., Grachka, L. (2013). Enhancing Tourism Competitiveness through Optimization. In: Improving the Competitiveness of Enterprises and National Economies – Factors and Strategies, Faculty of Economics, University of Niš, Serbia, pp. 49–74.

Abstract

The study examines optimization as a management tool for enhancing tourism competitiveness. It argues that competitiveness in tourism depends on the ability of enterprises and destinations to improve the relationship between quality, time, costs, resources and customer value.

The article analyzes optimization not only as a technical or mathematical procedure, but also as a managerial approach applicable to tourism processes, service delivery, product development and strategic decision-making. It discusses the main components of optimization tasks, including objective functions, parameters, variables, constraints and criteria for optimality.

The research contributes to the methodological understanding of competitiveness in tourism by linking optimization with quality improvement, efficiency and decision-making under limited resources. It provides a basis for further studies on process management, digital transformation and ecosystem coordination in tourism and hospitality.

Резюме

Изследването разглежда оптимизацията като управленски инструмент за повишаване на конкурентоспособността в туризма. Аргументира се, че конкурентоспособността на

туристическите предприятия и дестинации зависи от способността им да подобряват връзката между качество, време, разходи, ресурси и потребителска стойност.

Статията анализира оптимизацията не само като техническа или математическа процедура, а и като управленски подход, приложим към туристическите процеси, предоставянето на услуги, развитието на продукта и стратегическото вземане на решения. Разгледани са основните компоненти на оптимизационните задачи, включително целева функция, параметри, променливи, ограничения и критерии за оптималност.

Изследването допринася за методологическото разбиране на конкурентоспособността в туризма чрез обвързване на оптимизацията с подобряване на качеството, ефективността и вземането на решения при ограничени ресурси. То създава основа за последващи разработки върху процесното управление, дигиталната трансформация и екосистемната координация в туризма и хотелиерството.

13. Георгиев, Г. Л., Пинелова, Л. (2024). Глобалните геопаркове на ЮНЕСКО в страните от Югоизточна Европа и развитието на туризма. В: Зеленият и дигиталният преход – предизвикателства и възможности за развитието на туризма, Седемнадесети Черноморски туристически форум, Варна.

Abstract

The article examines UNESCO Global Geoparks in Southeastern Europe as a resource for sustainable tourism development. It presents geoparks as territories that combine geological heritage, natural and cultural resources, education, conservation and local economic development.

The study analyzes the role of geoparks in creating integrated tourism products and supporting geotourism, educational tourism, cultural tourism and nature-based tourism. Special attention is given to the holistic concept of geopark management, which brings together public institutions, local communities, tourism enterprises, educational organizations and visitors.

The article contributes to the understanding of tourism territories as complex systems of resources, actors and management practices. It highlights the potential of geoparks to stimulate sustainable regional development, destination competitiveness and ecosystem-based tourism management.

Резюме

Статията разглежда глобалните геопаркове на ЮНЕСКО в страните от Югоизточна Европа като ресурс за устойчиво туристическо развитие. Геопарковете са представени като територии,

които обединяват геолошко наследство, природни и културни ресурси, образование, опазване и местно икономическо развитие.

В изследването е анализирана ролята на геопарковете за създаване на интегрирани туристически продукти и за развитие на геотуризм, образователен туризм, културен туризм и природно-базиран туризм. Специално внимание е отделено на холистичната концепция за управление на геопарковете, която обединява публични институции, местни общности, туристически предприятия, образователни организации и посетители.

Статията допринася за разбирането на туристическите територии като сложни системи от ресурси, участници и управленски практики. Открит е потенциалът на геопарковете да стимулират устойчивото регионално развитие, конкурентоспособността на дестинациите и екосистемно базираното управление на туризма.

14. Георгиев, Г. Л., Пинелова, Л. (2025). Европейската екологична мрежа НАТУРА 2000 в българската част на акваторията на Черноморския басейн и развитието на туризма. В: Позиции на Българското Черноморие на международния туристически пазар – предизвикателства и перспективи, Осемнадесети Черноморски туристически форум, Варна.

Abstract

The article examines the European ecological network NATURA 2000 in the Bulgarian part of the Black Sea basin and its relation to tourism development. It presents protected marine and coastal areas as an important basis for biodiversity conservation, ecosystem services and sustainable tourism.

The study discusses the role of NATURA 2000 as a network structure connecting protected areas, habitats, species and ecological corridors. It emphasizes that protected territories should not be considered only as restrictive regimes, but also as potential resources for nature-based, educational, scientific, interpretive and sustainable forms of tourism.

The article highlights the importance of balancing tourism development with environmental protection and ecosystem preservation. It contributes to the understanding of the Black Sea coastal area as a tourism ecosystem in which natural resources, institutions, local communities and tourism businesses must interact responsibly.

Резюме

Статията разглежда европейската екологична мрежа НАТУРА 2000 в българската част на акваторията на Черноморския басейн и връзката ѝ с развитието на туризма. Защитените морски и крайбрежни територии са представени като важна основа за опазване на биологичното разнообразие, екосистемните услуги и устойчивия туризъм.

В изследването се обсъжда ролята на НАТУРА 2000 като мрежова структура, която свързва защитени зони, местообитания, видове и екологични коридори. Подчертава се, че защитените територии не следва да се разглеждат единствено като ограничителни режими, а и като потенциални ресурси за природопознавателни, образователни, научни, интерпретативни и устойчиви форми на туризъм.

Статията откроява необходимостта от баланс между туристическото развитие, опазването на околната среда и съхраняването на екосистемите. Тя допринася за разбирането на Черноморското крайбрежие като туристическа екосистема, в която природните ресурси, институциите, местните общности и туристическият бизнес трябва да взаимодействат отговорно.

III. Части от колективни монографии

15. Рибов, М., Станкова, М., Милева, С., Янева, М., Димитров, П., Трифонова, Ж., Гръчка, Л. (2009). Туроператорска, агентска и транспортна дейност. София: Изд. „Тракия-М“.
Авторско участие: части, свързани с екскурзоводската дейност и възможностите за повишаване ефективността на туроператорската и агентската дейност.

Abstract

The collective monograph examines the main theoretical and practical aspects of tour operator, travel agency and transport activities. The parts related to guiding services and the efficiency of tour operator and travel agency activities focus on the organization of tourism services, the role of intermediaries, information technologies and reservation systems.

The section on guiding activity presents the guide as an important mediator between tourists, destinations and the tourism product. It discusses the informational, communicative, organizational and interpretative functions of the guide and emphasizes the importance of professional preparation, route planning, communication with tourist groups and interpretation of cultural and natural resources.

The section on improving the efficiency of tour operator and travel agency activities analyzes the role of reservation systems, information and communication technologies, internet-based sales and organizational improvement. These elements are presented as factors for better market access, faster service, improved coordination and higher quality of tourism intermediation.

The publication contributes to the systematization of knowledge in the field of tourism services and creates a basis for further research on digitalization, platform intermediation and ecosystem interactions in tourism.

Резюме

Колективната монография разглежда основните теоретични и практически аспекти на туроператорската, агентската и транспортната дейност. Частите, свързани с екскурзоводската дейност и възможностите за повишаване ефективността на туроператорската и агентската дейност, поставят акцент върху организацията на туристическото обслужване, ролята на посредническите структури, информационните технологии и резервационните системи.

В частта за екскурзоводската дейност екскурзоводът е представен като важен посредник между туристите, дестинацията и туристическия продукт. Разгледани са неговите информационни, комуникативни, организационни и интерпретативни функции, като се подчертава значението

на професионалната подготовка, планирането на маршрута, комуникацията с туристическите групи и интерпретацията на културните и природните ресурси.

В частта, посветена на повишаването на ефективността на туроператорската и агентската дейност, се анализира ролята на резервационните системи, информационните и комуникационните технологии, интернет базираните продажби и организационното усъвършенстване. Тези елементи са представени като фактори за по-добър пазарен достъп, по-бързо обслужване, подобрена координация и по-високо качество на туристическото посредничество.

Изданието допринася за систематизиране на знанията в областта на туристическото обслужване и създава основа за последващи изследвания върху дигитализацията, платформеното посредничество и екосистемните взаимодействия в туризма.

16. Рибов, М., Станкова, М., Димитров, П., Гръчка, Л. (2008). Туристически дестинации. София: Изд. „Тракия-М“. Авторско участие: части от първа глава, т. 1.3, и от втора глава, т. 4.1, 4.3 и 4.4, както и приложения.

Abstract

The collective monograph examines tourism destinations as complex territorial systems composed of natural, cultural, social, economic and infrastructural elements. The author's contribution is related to the analysis of destination characteristics, national and regional specificities, tourism resources and practical materials supporting the study and management of destinations.

The publication presents tourism destinations as integrated systems in which natural resources, cultural and historical heritage, infrastructure, tourism enterprises, local communities and institutions interact in the creation of the tourism product. Special attention is paid to the national and regional characteristics of destinations, including traditions, customs, religion, cultural behavior, lifestyle and service specifics.

The collective monograph systematizes knowledge about different geographical regions and their tourism potential. It also emphasizes the importance of understanding destinations not merely as places of visitation, but as managed systems of resources, services and actors.

The publication contributes to destination studies by providing a theoretical and applied basis for analyzing tourism territories, their resource potential and their development opportunities. It also creates a foundation for later ecosystem-based interpretations of tourism destinations.

Резюме

Колективната монография разглежда туристическите дестинации като комплексни териториални системи, съставени от природни, културни, социални, икономически и инфраструктурни елементи. Авторското участие е свързано с анализа на характеристиките на дестинациите, националните и регионалните особености, туристическите ресурси и практическите материали, подпомагащи изучаването и управлението на дестинациите.

В изданието туристическите дестинации са представени като интегрирани системи, в които взаимодействат природни ресурси, културно-историческо наследство, инфраструктура, туристически предприятия, местни общности и институции при формирането на туристическия продукт. Специално внимание е отделено на националните и регионалните характеристики на дестинациите, включително традиции, обичаи, религия, културно поведение, бит и особености на обслужването.

Колективната монография систематизира знания за различни географски региони и техния туристически потенциал. Подчертава се значението на дестинациите не само като места за посещение, а като управлявани системи от ресурси, услуги и участници.

Изданието допринася за изследването на туристическите дестинации, като предоставя теоретична и приложна основа за анализ на туристическите територии, техния ресурсен потенциал и възможностите за развитие. То създава и основа за по-късното екосистемно осмисляне на туристическите дестинации.

17. Рибов, М., Станкова, М., Димитров, П., Гръчка, Л. (2007). Ресторантьорство и хотелиерство. София: Изд. „Тракия-М“. Авторско участие: глави 13, 14, 15, 16, 17, 18 и 19.

Abstract

The collective monograph systematizes theoretical and applied knowledge in the field of restaurant and hotel management. The author's contribution covers key topics related to the development of hospitality, hotel product design and realization, hotel technologies, organization and management of hotel enterprises, the economics of hospitality and resort complexes.

The publication presents the historical development of hospitality and analyzes the hotel product as a complex service that includes tangible, intangible, technological, organizational and experiential components. It discusses the principles of hotel product design, the relationship between architectural

and functional decisions and service quality, as well as the importance of adapting the hotel product to guest needs.

Special attention is paid to hotel technologies, including reception services, housekeeping, room service and coordination between hotel departments. The collective monograph also examines organizational structures, management functions, personnel management and the economic aspects of hotel activity, including revenues, costs, profit and efficiency.

The publication contributes to the systematization of knowledge about hospitality as a field of management and creates a solid basis for further research on hotel product quality, hotel competitiveness, innovation and ecosystem-based hospitality management.

Резюме

Колективната монография систематизира теоретични и приложни знания в областта на ресторантьорството и хотелиерството. Авторското участие обхваща ключови теми, свързани с развитието на хотелиерството, проектирането и реализацията на хотелския продукт, технологиите в хотелиерството, организацията и управлението на хотелиерските предприятия, икономиката на хотелиерството и курортните комплекси.

В публикацията е представено историческото развитие на хотелиерството и е анализиран хотелският продукт като комплексна услуга, включваща материални, нематериални, технологични, организационни и преживелищни компоненти. Разгледани са принципите за проектиране на хотелския продукт, връзката между архитектурно-функционалните решения и качеството на обслужване, както и значението на адаптирането на хотелския продукт към потребностите на гостите.

Специално внимание е отделено на технологиите в хотелиерството, включително рецепционно обслужване, камериерско обслужване, хранене и напитки по стаите и координация между отделните звена в хотела. Колективната монография разглежда още организационните структури, управленските функции, управлението на персонала и икономическите аспекти на хотелската дейност, включително приходи, разходи, печалба и ефективност.

Изданието допринася за систематизиране на знанията за хотелиерството като управленска област и създава стабилна основа за последващи изследвания върху качеството на хотелския продукт, конкурентоспособността на хотела, иновациите и екосистемното управление в хотелиерството.

18. Рибов, М., Гръчка, Л., Рангина-Пеевска, В., Хрулева, М., Терзийска, И., Глушкова, Ю., Дунчева, С. (2013). Системи за качество и конкурентоспособност. София: Изд. „Тракия-М“. Авторско участие: части от глави 8, 9 и 10.

Abstract

The collective monograph examines quality systems and competitiveness with a special focus on their application in tourism and hospitality. The author's contribution is related to the theoretical and methodological issues of integrated quality systems in hospitality, as well as to the conditions for their implementation in hotel enterprises.

The publication discusses quality as a management philosophy and a strategic factor for competitiveness. It analyzes international standards and management systems such as ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 and HACCP, emphasizing their relevance to quality, environmental protection, occupational health and safety, food safety and customer satisfaction.

A methodological framework is presented for developing integrated quality management systems in hospitality. It includes analysis of the existing quality system, design of an integrated system, implementation and preparation for certification. The publication also proposes criteria and indicators for assessing hotel product quality, including reception, housekeeping, room service, restaurant, bar and additional services.

The collective monograph contributes to the understanding of quality management as a basis for competitiveness, process improvement and sustainable development in hospitality. It creates an applied foundation for later research on continuous improvement, PDCA logic and ecosystem-based hotel management.

Резюме

Колективната монография разглежда системите за качество и конкурентоспособността със специален фокус върху приложението им в туризма и хотелиерството. Авторското участие е свързано с теоретичните и методологическите въпроси на интегрираните системи за качество в хотелиерството, както и с условията за тяхното внедряване в хотелските предприятия.

В публикацията качеството е разгледано като управленска философия и стратегически фактор за конкурентоспособност. Анализирани са международни стандарти и управленски системи като ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 и HACCP, като се подчертава тяхната значимост за

качеството, опазването на околната среда, здравословните и безопасни условия на труд, безопасността на храните и удовлетвореността на клиентите.

Представена е методологическа рамка за изграждане на интегрирани системи за управление на качеството в хотелиерството. Тя включва анализ на съществуващата система за качество, проектиране на интегрирана система, внедряване и подготовка за сертификация. В изданието са предложени и критерии и показатели за оценка на качеството на хотелския продукт, включително рецепция, камериерско обслужване, румсървиз, ресторант, бар и допълнителни услуги.

Колективната монография допринася за разбирането на управлението на качеството като основа за конкурентоспособност, процесно усъвършенстване и устойчиво развитие в хотелиерството. Тя създава приложна основа за по-късни изследвания върху непрекъснатото подобрене, PDCA логиката и екосистемното управление на хотела.

19. Рибов, М. и кол. (2005). Конкурентни стратегии в туризма. София: Изд. „Тракия-М“.
Авторско участие: глава 17 „Интегрирани системи за качество в туризма“.

Abstract

The collective monograph examines competitive strategies in tourism, with the author's contribution focusing on integrated quality systems as an instrument for improving competitiveness, efficiency and sustainable management. The chapter presents quality management as a strategic approach based on international standards, process management, risk reduction and continuous improvement.

The study discusses the development of quality systems based on international standards and emphasizes the need for integration between quality, safety, occupational health, environmental protection and management processes. It presents tourism enterprises as systems of interrelated processes that require coordination, control and regular improvement.

Special attention is paid to process management, productivity, workplace safety and the advantages of integrated management systems. The Deming cycle and the logic of planning, implementation, checking and improvement are discussed as tools for achieving higher quality and competitiveness.

The publication contributes to the understanding of quality as a strategic factor in tourism and creates a methodological basis for later research on integrated management systems, PDCA, competitiveness and ecosystem-based approaches in hospitality.

Резюме

Колективната монография разглежда конкурентните стратегии в туризма, като авторското участие е фокусирано върху интегрираните системи за качество като инструмент за повишаване на конкурентоспособността, ефективността и устойчивото управление. В главата управлението на качеството е представено като стратегически подход, основан на международни стандарти, процесно управление, намаляване на риска и непрекъснато подобрене.

В изследването се разглежда разработването на системи за качество на основата на международни стандарти и се подчертава необходимостта от интеграция между качество, безопасност, здравословни условия на труд, опазване на околната среда и управленски процеси. Туристическите предприятия са представени като системи от взаимосвързани процеси, които изискват координация, контрол и системно усъвършенстване.

Специално внимание е отделено на управлението на процесите, производителността, безопасността на работното място и предимствата на интегрираните системи за управление. Цикълът на Деминг и логиката на планиране, изпълнение, проверка и подобрене са разгледани като инструменти за постигане на по-високо качество и конкурентоспособност.

Публикацията допринася за разбирането на качеството като стратегически фактор в туризма и създава методологическа основа за по-късни изследвания върху интегрираните системи за управление, PDCA, конкурентоспособността и екосистемните подходи в хотелиерството.

20. Рибов, М., Станкова, М., Блажева, М., Милева, С., Димитров, П., Александрова, Е., Емилова, И., Гръчка, Л. (2008). Туризмът в ерата на развлекателната индустрия. София: Изд. „Тракия-М“. Авторско участие: глава 13 „Сувенирно занаятчийство“.

Abstract

The collective monograph examines tourism in the context of the entertainment industry, with the author's contribution focusing on souvenir craftsmanship as part of cultural tourism, destination identity and tourist experience. The chapter analyzes the significance, nature and development of souvenir craftsmanship and its role in creating competitive advantages in tourism.

Souvenirs are presented not only as commercial products, but also as carriers of local identity, cultural memory, tradition and symbolic value. The study discusses the relationship between traditional crafts, intangible cultural heritage, local communities and tourism consumption.

Special attention is paid to Bulgarian crafts as a resource for cultural and experiential tourism. Souvenir craftsmanship is interpreted as a means of preserving traditions, supporting small business and family entrepreneurship, diversifying the tourism product and enhancing the attractiveness of destinations.

The publication contributes to the understanding of tourism products as complex experiences that include cultural, emotional, symbolic and economic dimensions. It also supports the ecosystem interpretation of tourism destinations as networks of resources, actors, traditions and value creation processes.

Резюме

Колективната монография разглежда туризма в контекста на развлекателната индустрия, като авторското участие е фокусирано върху сувенирното занаятчийство като част от културния туризъм, идентичността на дестинацията и туристическото преживяване. В главата се анализират значението, същността и развитието на сувенирното занаятчийство, както и ролята му за създаване на конкурентни предимства в туризма.

Сувенирите са представени не само като търговски продукти, а и като носители на местна идентичност, културна памет, традиция и символна стойност. В изследването се разглежда връзката между традиционните занаяти, нематериалното културно наследство, местните общности и туристическото потребление.

Специално внимание е отделено на българските занаяти като ресурс за културен и преживелищен туризъм. Сувенирното занаятчийство е интерпретирано като средство за съхраняване на традициите, подкрепа на малкия бизнес и семейното предприемачество, разнообразяване на туристическия продукт и повишаване на привлекателността на дестинациите.

Публикацията допринася за разбирането на туристическите продукти като комплексни преживявания, включващи културни, емоционални, символни и икономически измерения. Тя подпомага и екосистемното тълкуване на туристическите дестинации като мрежи от ресурси, участници, традиции и процеси на създаване на стойност.

Изготвил:


/гл. ас .д-р Л. Пинелова/