

## 1. Монографии

### МОНИТОРИНГ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

УИ „Н. Рилски“, Благоевград, 2014

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: монография, 305 стр.

Номер от списъка на публикациите: 1.1.

### РЕЗЮМЕ

Изборът на темата и разработването на монографичния труд се основават на обективната необходимост от по-детайлно изследване на въпросите свързани с конкурентоспособността и мониторинга на конкурентоспособността на предприятията, както и от създаване на научно-обосновани и приложими в практиката механизми за тяхното решаване. Проучването е насочено към подпомагане на теоретико-приложните изследвания и практическото осъществяване на мониторинг на конкурентоспособността на предприятията. Обект на изследване на монографията е конкурентоспособността на предприятието. Предмет на изследване е мониторингът на конкурентоспособността на предприятието. Целта на разработката е да се анализират теоретико-методологичните и практико-приложни проблеми на мониторинга на конкурентоспособността на предприятията и, на тази основа, да се предложи методическа рамка за провеждане на емпирични изследвания на конкурентоспособността, която да се апробира в реални условия, както и да се формулират изводи от изследването.

За постигане на целта на изследването се поставят следните задачи:

1. Дефиниране на основните теоретико-методологически въпроси на конкурентоспособността на предприятието.
2. Характеризиране на главното в концепцията за управление на конкурентоспособността на предприятието.
3. Изследване на теоретико-методологическите проблеми на мониторинга на конкурентоспособността на предприятието.
4. Извеждане на основните характеристики на съдържанието на отделните компоненти на системата за мониторинг на конкурентоспособността на предприятието.
5. Разработване на методическа рамка за емпирично изследване на конкурентоспособността на предприятието.
6. Апробиране на разработената методическа рамка за целите на практическо емпирично изследване на конкурентоспособността на конкретни предприятия.
7. Формулиране на основни обобщени изводи и приноси моменти, произтичащи от резултатите от монографичното изследване.

Основни информационни източници на монографичния труд са специализирана литература по предмета на изследването; анкетни карти от проведено от автора анкетно проучване на ръководители на 40 предприятия от сектор „Производство на мебели“, разположени на територията на Благоевградска област, обхващащо периода 2011-2013 г., както и годишните финансови отчети на тези предприятия за същия период.

Поставените проблеми се разглеждат в три глави.

**В първа глава**, въз основа на аналитичен преглед на теоретичните въпроси свързани с конкурентоспособността на предприятието, се дефинират основните категории в предметната област на конкурентоспособността: конкуренция; конкурентоспособност; конкурентни предимства, респ. конкурентни слабости; конкурентни стратегии. Обосновава се, че те се намират във взаимна връзка и процес на непрекъснато взаимодействие, като по този начин се формира системата на конкурентните отношения, която е един от най-важните елементи на пазарния механизъм и чрез която се обезпечава взаимодействието между пазарните субекти и се стимулира по-ефективно икономическо развитие.

Установява се, че съществуват много и разнообразни теоретични възгледи и подходи при дефинирането на същността, съдържанието и различните свойства на конкурентоспособността, които произтичат от нейния сложен и многоаспектен характер. Поставя се на изследване непосредственото отношение между конкурентоспособността на продукта и конкурентоспособността на предприятието.

Обосновава се становището, че конкурентоспособността на предприятието е резултат от наличието на конкурентни предимства, както и че конкурентните предимства са основа за формиране и реализация на конкурентната стратегия на предприятието.

Изучават се факторите за конкурентоспособност на предприятието, техните характеристики, силата на въздействието им, взаимовръзката между тях, формираните от тяхното проявление условия, динамиката им, различните начини на съчетаването им. Те се явяват важна предпоставка за определяне на стратегическото и текущото поведение на предприятието.

Установява се, че предприятието може да управлява равнището на своята конкурентоспособност и да подобрява конкурентните си позиции на пазара, като променя в позитивна посока действието на факторите, влияещи върху конкурентоспособността му.

Дефинира се, че главната цел на системата за управление на конкурентоспособността на предприятието се състои в осигуряване на нейното устойчиво високо равнище и укрепване на конкурентните позиции на отрасловия пазар чрез адекватно управление на факторите за конкурентоспособност.

Определят се, в тяхната логическа последователност и взаимна връзка и зависимост, етапите на процеса на управление на конкурентоспособността на предприятието.

**Във втора глава** се поставят на разглеждане основни теоретични и методически въпроси, свързани с мониторинга на конкурентоспособността на предприятието.

Установява се, че мониторингът на конкурентоспособността е предназначен да осигурява необходимата, достатъчна по обем, обективна информация, която да се използва за вземането на адекватни стратегически и тактически управленски решения, свързани с управлението на конкурентоспособността на предприятието в условия на висока степен на неопределеност на външната среда и на отслабване на сигналите от конкурентната среда.

Извежда се, че технологичният процес за осъществяване на мониторинга на конкурентоспособността се състои от пет етапа, които са подредени в логическа последователност и се намират в тясна взаимна връзка и зависимост, а именно: определяне на набора от параметри, които да се проследяват, измерват и оценяват; контрол на процесите, протичащи в изследвания обект и на тяхното влияние върху конкурентоспособността на предприятието; набиране на информация в хода на контрола; анализ на събраната информация; прогнозиране на бъдещото състояние на изследвания обект и на външната среда.

Установява се, че обектът на мониторинга на конкурентоспособността на предприятието включва: мониторинг на макросредата; мониторинг на конкурентната среда; мониторинг на микросредата; мониторинг на вътрешната среда; SWOT анализ; анализ на конкурентоспособността на предприятието.

Обосновава се, че системата за мониторинг на конкурентоспособността на предприятието може да дава достатъчна по обем обективна информация и оценка на конкурентния статус и перспективи на фирмата, само ако осигурява провеждането на правилно разположени във времева перспектива изследвания и анализи по всеки от компонентите на мониторинга на конкурентоспособността.

Поставя се, като основно изискване към системата за мониторинг на конкурентоспособността на предприятието, постигането и устойчивото поддържане на нейната ефективност, чрез оптимизация на съотношението между очакваните ползи от използването и необходимите разходи за изграждането и функционирането на системата.

Обобщава се, че за изследване на основните теоретико-методологически въпроси на мониторинга на конкурентоспособността на предприятието са разработени и се прилагат множество подходи и методи, всеки от които дава определени резултати и има конкретни предимства и недостатъци.

В **трета глава** се прави емпирично изследване, включващо набиране на информация, обработка на получените данни и, въз основа на това, анализ и оценка на конкурентоспособността, на конкурентния потенциал, на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност и анализ на устойчивостта на конкурентоспособността, на предприятия от конкретен сектор на икономиката, а именно сектор „Производство на мебели”, разположени на територията на Благоевградска област. Прилагат се подход и методика за характеризирание на конкурентоспособността, на конкурентния потенциал и на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност на предприятията на базата на данни от анкетни проучвания. Обосновава се методическа рамка на емпиричното изследване, вкл. система от показатели, формираща измерителния апарат на изследването и методи за определяне на стойностите на отделните показатели и индикатори. Въз основа на апробирането на методическата рамка се извеждат конкретни резултати от емпиричното изследване.

В **Заключението** се обобщават постигнатите от извършеното в монографичния труд научно изследване резултати. Въз основа на това, и като се отчитат поставените изследователска цел и задачи, се формулират основните изводи, обобщават се препоръките за използване на получените резултати и се очертават насоките за възможни допълнителни бъдещи изследвания в предметната област на монографията.

## **РЕГИОНАЛНИ АСПЕКТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИЗМА**

УИ „Н. Рилски“, Благоевград, 2014

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: монография, 173 стр.

Номер от списъка на публикациите: 1.2.

### **РЕЗЮМЕ**

Актуалността и значимостта на темата на монографичното изследване се определят от:

- решаващото значение на анализа и оценката на конкурентоспособността за осигуряване, в оптимална времева перспектива, на необходимата достатъчна по обем адекватна, надеждна и достоверна информация, която да се използва за разработване на конкурентни стратегии за постигане и поддържане на конкурентни предимства и на успех в конкурентната борба, устойчив растеж и икономически просперитет в туризма;
- необходимостта от търсене на адекватни решения на многобройните актуални проблеми на конкурентоспособността на туризма и произтичащите от тях настоящи и бъдещи предизвикателства, пред които секторът е изправен в своето развитие;
- обективната необходимост от разработване на научно-обоснована и практически приложима методическа рамка за емпирично изследване на конкурентоспособността на туристическите предприятия;
- необходимостта от провеждане на емпирични изследвания, основани на разработена методическа рамка и насочени към проучване на конкурентоспособността на туризма и/или на предприятията в сектора, в рамките на дадена страна, регион, област и т. н.;
- необходимостта, въз основа на анализ на получените емпирични данни и произтичащите от тях резултати да се направи обективна оценка на регионалните аспекти на конкурентоспособността на туризма.

Проучването в монографичния труд е насочено към подпомагане на теоретико-приложните изследвания и практическото осъществяване на анализ и оценка на конкурентоспособността на туризма и туристическите предприятия.

Обект на изследване е конкурентоспособността на туризма в България. Предмет на изследване са регионалните аспекти на конкурентоспособността на туризма в нашата страна. Поставената изследователска цел е да се направи анализ и оценка на състоянието и тенденциите в развитието на туризма и на регионалните аспекти на неговата конкурентоспособност, въз основа на практическо прилагане на подход за статистическо характеризиране, както и да се формулират изводи от изследването.

За постигане на целта на изследването се поставят следните задачи:

1. Анализират и оценяват на състоянието и прогнозите за развитие на туризма в света.
2. Анализират и оценяват на състоянието и развитието на туризма в България.
3. Дефинират на конкурентните предимства и недостатъци на България като туристическа дестинация.
4. Статистическо характеризират на конкурентоспособността, конкурентния потенциал и влиянието на външните фактори за конкурентоспособност на туристическите предприятия.
5. Разработват на конкурентна карта на туристическия пазар на средствата за подслон в България.
6. Формулират на основни обобщени изводи и приноси моменти, произтичащи от резултатите от научното изследване.

Основни информационни източници на монографичния труд са специализирана литература по предмета на изследването; бази данни на Националния статистически институт, Министерството на икономиката и енергетиката, Евростат и др.; анкетни карти от проведено от автора анкетно проучване на ръководители на 157 туристически предприятия, разположени на територията на Югозападния район на България, обхващащо периода 2011-2013 г.

Поставените проблеми се разглеждат в две глави.

**Първа глава** е посветена на анализ и оценка на състоянието и тенденциите в развитието на туризма в света и в България.

Обосновава се голямото значение на туризма за развитието на световната, национална и регионална икономика и за постигането на социално-икономически просперитет на обществото.

Прави се подробен аналитичен преглед на състоянието, тенденциите и прогнозите за развитие на туризма в целия свят, по континенти, суб-континенти и др. Извеждат се основни актуални проблеми и бъдещи предизвикателства пред устойчивото развитие на сектора във времеви хоризонт до 2030 г.

Установяват се, въз основа на анализ по широка система от показатели, редица резултати, характеризиращи функционирането на туристическия сектор в България в периода 2008-2013 г., както общо за страната, така и за отделните райони за планиране. Прави се динамичен и структурен анализ на най-важните показатели, очертават се проявилите се тенденции в развитието. В съответствие с поставената цел и изследователски задачи анализът се прави на национално равнище и по региони за планиране. Специален акцент се поставя на разкриването на специфичните характеристики и на извеждането на сравнителните различия,

предимства и недостатъци в развитието на туризма във всеки регион. Особено внимание се отделя на Югозападния район.

Извеждат се, въз основа на резултатите от анализа, основните позитивни, респ. негативни страни на развитието на туризма в страната. Дефинират се основни актуални проблеми и бъдещи предизвикателства, пред които е изправено устойчивото развитие на сектора.

Във **втора глава** се прави емпирично изследване на конкурентоспособността на туристическите предприятия.

Систематизират се основните конкурентни предимства и недостатъци на България като туристическа дестинация.

Обосновава се, че независимо от факта, че България притежава необходимата ресурсна база, развитието на туристическата индустрия и нейният принос към националната и регионална икономика не може да се поддържа със съществуващия подход, който води до значителни екологични, социални и икономически рискове.

В резултат на анализа се мотивира необходимостта, с оглед на осигуряване на бъдещо устойчиво развитие на туризма в България, страната да провежда целенасочена политика по отношение на сектора. Такава политика следва да намира израз в стратегии за неговото устойчиво развитие, както и в реализацията на проекти, свързани с анализ и оценки на различни аспекти на дейността на туристическия отрасъл.

Предлага се адаптирана методическа рамка на емпиричното изследване, основана на направен аналитичен преглед на научни публикации в тази предметна област.

Прави се, въз основа на прилагането на избрания методически подход, статистическо характеризиране на конкурентоспособността, конкурентния потенциал и влиянието на външните фактори за конкурентоспособност на туристическите предприятия – източници на проучването за периода 2011-2013 г.. Формулират се обобщени изводи, произтичащи от резултатите от изследването.

Разработва се, чрез прилагане на възприета, предложена в научната литература методика, конкурентна карта на туристическия пазар на средствата за подслон в България. Установява се, въз основа на конкурентната карта, конкурентната позиция на всеки от районите за планиране на страната на туристическия пазар на средствата за подслон в България.

В **Заключението** се обобщават постигнатите от извършеното в монографичния труд научно изследване резултати. Въз основа на това, и като се отчитат поставените изследователска цел и задачи, се формулират основните изводи, обобщават се препоръките за използване на получените резултати и се очертават насоките за възможни допълнителни бъдещи изследвания в предметната област на монографията.

## **2. Учебници и учебни помагала**

### **ПРОБЛЕМИ НА МАЛКИЯ БИЗНЕС**

Изд. „Лангов“, Благоевград, 2012

Автори: **Димитрова, Р.**, Р. Мадгерова, Е. Каращранова и др.  
Вид на публикацията: учебник  
Номер от списъка на публикациите: 2.1., глава първа, 29 стр.

#### **РЕЗЮМЕ**

Учебникът е разработен в рамките на проект „Трансгранични вертикални оси на предприемачеството и подкрепа на младежи и жени“ по Оперативна програма „Европейско териториално сътрудничество Гърция – България 2007-2013“. Той разглежда основни проблеми на малкия бизнес. Учебното съдържание на първа глава включва основни въпроси на конкурентоспособността на предприятието и техниките за нейното развитие – същност на конкурентоспособността на предприятието; управление на конкурентоспособността на предприятието; анализ на конкурентната среда на предприятието; оценка на конкурентоспособността на продукта и на предприятието; конкурентни стратегии и конкурентен статус на предприятието; техники за развитие на конкурентоспособността на предприятието.

### **ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НА МАЛКИЯ БИЗНЕС**

Изд. „Лангов“, Благоевград, 2012

Автори: **Димитрова, Р.**, Р. Мадгерова, Г. Георгиев и др.  
Вид на публикацията: учебник  
Номер от списъка на публикациите: 2.2., глава четвърта и глава пета, 41 стр.

#### **РЕЗЮМЕ**

Учебникът е разработен в рамките на проект „Трансгранични вертикални оси на предприемачеството и подкрепа на младежи и жени“ по Оперативна програма „Европейско териториално сътрудничество Гърция – България 2007-2013“. В него се включват въпроси, свързани с организацията и управлението на малкия бизнес. Четвърта глава разглежда въпросите на управлението на човешките ресурси на предприятието – набиране, подбор и назначаване на персонала; заплащане на труда; отношения на предприятието с осигурителната система. Пета глава е посветена на проблемите на качеството и ефективността на дейността на

малката фирма – качество на продукцията; ефективност на дейността на предприятието.

## **ИНВЕСТИЦИОНЕН АНАЛИЗ ПРИ ИНВЕСТИЦИИ В РЕАЛНИ АКТИВИ**

УИ „Н. Рилски“, Благоевград, 2013

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: методическо ръководство, 202 стр.

Номер от списъка на публикациите: 2.3.

### **РЕЗЮМЕ**

Основната цел на методическото ръководство е да разшири възможностите за пълноценно усвояване и практическо прилагане на основните понятия, средства, подходи и методи за инвестиционен анализ при инвестиции в реални активи.

Методическото ръководство е разработено в съответствие с учебната програма на курса по „Инвестиционен анализ“. С оглед на спецификата на изучаваната материя съдържанието е структурирано в теми, включващи кратко въведение в темата, ключови понятия (на български и на английски език), методически указания с примерни решения на задачи, задачи за самостоятелна подготовка и обобщен списък на показателите и формулите използвани в съответната тема.

Тематично методическото ръководство включва четири теми: времева стойност на парите; методи за анализ и оценка на ефективността на инвестиционните проекти при инвестиции в реални активи; подходи за инвестиционен избор между различни инвестиционни проекти при инвестиции в реални активи; подходи за анализ и оценка на риска на инвестиционните проекти при инвестиции в реални активи.

## **УПРАВЛЕНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО**

УИ „Н. Рилски“, Благоевград, 2014

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: учебник, 218 стр.

Номер от списъка на публикациите: 2.4.



## **РЕЗЮМЕ**

Основната цел на учебника е да разшири възможностите за пълноценно усвояване на основните понятия, средства, подходи и методи за управление на конкурентоспособността на предприятието.

Учебникът е разработен в съответствие с учебната програма на курса по „Управление на конкурентоспособността на предприятието”. Тематично учебникът включва пет теми: конкурентоспособност на предприятието; управление на конкурентоспособността на предприятието; мониторинг на конкурентоспособността на предприятието; конкурентни стратегии и конкурентен статус на предприятието; конкурентен потенциал на предприятието и техники за повишаване на неговата конкурентоспособност.

Съдържанието на темите и параграфите има за цел да представи в синтезиран вид изложение на основните теоретични въпроси и на практико-приложните аспекти на управлението на конкурентоспособността на предприятието.

Предназначението на учебника е да подпомогне и улесни студентите при подготовката, усвояването на знания и развиването на практически умения в област с голямо теоретично и практическо значение, каквато е управлението на конкурентоспособността на предприятието. С представения в него материал той е приложим не само за обучението на студенти, но и за настоящите и потенциални бъдещи предприемачи, ръководители, специалисти от различни сектори на икономиката.

## **УПРАВЛЕНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО**

УИ „Н. Рилски“, Благоевград, 2014

Автори: Димитрова, Р., А. Йорданова

Вид на публикацията: методическо ръководство, 125 стр.

Номер от списъка на публикациите: 2.5.

## **РЕЗЮМЕ**

Основната цел на методическото учебно ръководство е да създаде условия за практическо прилагане на основните понятия, средства, подходи и методи за управление на конкурентоспособността на предприятието.

Методическото учебно ръководство е разработено в съответствие с учебната програма на курса по „Управление на конкурентоспособността на предприятието”. Тематично ръководството включва пет теми: конкурентоспособност на предприятието; управление на конкурентоспособността на предприятието; мониторинг на конкурентоспособността на предприятието; конкурентни стратегии и конкурентен статус на предприятието; конкурентен потенциал на предприятието

и техники за повишаване на неговата конкурентоспособност. Методическото учебно ръководство е допълнение към учебника по „Управление на конкурентоспособността на предприятието”.

С оглед на спецификата на изучаваната материя съдържанието е структурирано в теми, включващи контролни въпроси; тестове за самоконтрол; задачи за практическа работа, които включват примери с решени задачи и задачи за самостоятелна работа.

### **3. Статии в научни списания**

#### **ПОТРЕБИТЕЛСКИ НАГЛАСИ КЪМ ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ НА ЕКОТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПОСЕТИТЕЛСКИ ЦЕНТРОВЕ В КОНТЕКСТА НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ**

Публикация в:

сп. Управление и устойчиво развитие, изд. ЛТУ, бр. 3-4, 2008, с. 224-227

Автори: Мадгерова, Р., **Р. Димитрова**, В. Кюрова

Вид на публикацията: статия, 4 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.1.

#### **РЕЗЮМЕ**

Разработването на статията е провокирано от повишаването на интереса към екологичния туризъм през последните години.

Целта на разработката е да се анализират и оценят потребителските нагласи към туристическия продукт, предлаган от екотуристическите посетителски центрове, като активен практически модел за устойчиво развитие. Анализите и изводите по проблема се основават на данни от анкетно проучване на мнението на потенциални потребители на продукти на Еко-туристически посетителски център Влахи, който е проект за устойчиво природоползване, обединяващ екологично образование, възможности за доброволчески труд за опазване на природата и запознаване с местната култура и бит.

Целевите групи на проучването са ученици, родители и учители. Проучването е извършено сред 350 респонденти на територията на община Благоевград в периода март-юни 2007 г. за нуждите на настоящата разработка.

В анкетата са включени въпроси свързани с: потребителския интерес и предпочитаните от потребителите характеристики на екотуристическия продукт на Центъра; цени на екотуристическия продукт; промоция и реклама. За анализ и оценка на получените резултати в изследването са използвани статистически методи.

Изследването очертава няколко групи въпроси, които пораждаат проблеми за решаване: изясняване на потребителските нагласи и представи за туристическия продукт на Еко-център Влахи в посочените целеви групи; установяване на нагласите на потенциалните потребители относно цените на туристическия продукт (или на отделни елементи от него); изследване на нагласите им при избора на условия в базата за настаняване; оценка на промоцията и рекламата на екотуристическия продукт от тяхна страна.

На основата на анализите на резултатите от проучването са направени обобщени изводи относно предимствата и перспективността на функционирането екотуристически посетителски центрове, необходимостта от провеждане на гъвкава политика на диференциация на цените и от масирана рекламна и информационна кампания и контакти с институциите и организациите, които могат да осъществяват организирани посещения.

## **ИЗСЛЕДВАНЕ НА СЪОТВЕТСТВИЕТО МЕЖДУ ИЗИСКВАНИЯТА НА РЕАЛНАТА ИКОНОМИКА И ОБУЧЕНИЕТО НА МЛАДЕЖИТЕ В КОНТЕКСТА НА ПРОБЛЕМИТЕ НА МЛАДЕЖКАТА ЗАЕТОСТ НА ПАЗАРА НА ТРУДА В БЪЛГАРИЯ**

Публикация в:

Проблеми на предприемачеството. Сборник научни статии, УИ „Неофит Рилски”, Благоевград, 2011, с. 116-122

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: статия, 7 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.2.

### **РЕЗЮМЕ**

Статията е посветена на изследването на младежката заетост на пазара на труда в България. Констатира се развитието на силно негативни процеси, изразяващи се в сериозни количествени и структурни диспропорции.

В този контекст се прави кратък анализ на някои основни индикатори за състоянието и тенденциите на младежката заетост на пазара на труда в страната на макроикономическо ниво. Прави се обобщения извод, че в България след 2008 г. се наблюдават сериозни негативни тенденции по отношение равнището, динамиката и регионалната структура на заетостта на младежите. Стойностите на всички индикатори се изменят в негативна посока, както за цялата страна, така и за отделните региони.

Установява се, че на фона на тези общи негативни процеси на младежкия пазар на труда, съществуват и много специфични актуални проблеми. Един от тези частни структурни проблеми е нарушената релация между потребностите от кадри

на реалната икономика и подготовката на излизачите от образователната система на страната лица. С оглед на получаване на по-обективна представа за измеренията на този проблем се представят обобщени резултати от проведено анкетно проучване сред работодатели от предприятия на територията на Югозападния регион за планиране. Основните насоки на проучването са: изследване на промените в изискванията на работодателите към образованието, знанията, уменията и компетенциите на техните служители; проблемите, които работодателите срещат при намирането на персонал, отговарящ на тези изисквания и причините, които според тях обуславят тези проблеми; предприемат ли работодателите изобщо и какви конкретно целенасочени действия за преодоляване на посочените от самите тях проблеми.

Обосновават се конкретни препоръки насочени към преодоляване на съществуващото разминаване между изискванията и потребностите на бизнеса и образователния продукт с оглед повишаване както на конкурентоспособността на младежите на пазара на труда, така и на конкурентоспособността на предприятията в България.

## **РАЗВИТИЕТО НА УНИВЕРСИТЕТСКИТЕ КАРИЕРНИ ЦЕНТРОВЕ – ВЪЗМОЖНОСТ ЗА УЛЕСНЯВАНЕ НА ПРОФЕСИОНАЛНАТА РЕАЛИЗАЦИЯ НА МЛАДЕЖИТЕ С ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ НА ПАЗАРА НА ТРУДА В БЪЛГАРИЯ**

Публикация в:

Икономика и предприемачество. Сборник научни статии, УИ „Н. Рилски“, Благоевград, 2012, с. 103-109

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: статия, 7 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.3.

### **РЕЗЮМЕ**

Целта на разработката е да се проучат възможностите на университетските кариерни центрове за улесняване на професионалната реализация на младежите с висше образование на пазара на труда в България с оглед повишаване на тяхната конкурентоспособност на пазара на труда.

Въз основа на система от индикатори се прави анализ и оценка на състоянието и тенденциите на пазара на труда в ЕС и се установява наличието на негативни процеси по отношение на равнището и динамиката на заетостта и безработицата общо за ЕС – 27, както и в повечето страни – членки. Особено тежък е проблемът с младежката безработица, който не е никакъв извънреден феномен на кризата, а структурен проблем, произтичащ от трудното навлизане на младежите

на пазара на труда. Представят се загубите, които понасят икономиките на ЕС и на България в резултат на загубата на производителност и социалните разходи, причинени от младежката безработица. Посочва се, че заетостта, социалното приобщаване и благоденствието на младите хора трябва да се превърнат в основни приоритети на страните членки на ЕС, в частност на нашата страна.

Установява се, че все още между потенциалните работодатели и образователните институции няма изградени достатъчно устойчиви и ефективни форми на взаимодействие, които да улесняват навлизането на пазара на труда на младежите, излизащи от образователната система. Това в пълна степен се отнася и за младежите с висше образование, респ. за студентите, които се обучават във висшите учебни заведения. Обосновава се, че университетските кариерни центрове са удачна форма и добра практика за изграждане на директни връзки между потенциалните работодатели и студентите в университетите и коледжите. Установява се, че съществува много голямо разнообразие във формите, структурите, мащабите, функциите и организацията на работата на кариерните центрове на университетите. Представят се резултатите от проучване, проведено през 2012 г., на очакванията и нагласите на студентите за тяхното професионално развитие и ролята на Университетския кариерен център при ЮЗУ „Н. Рилски” Благоевград и се правят произтичащите от тези резултати изводи и препоръки.

## **ИЗМЕРИТЕЛЕН АПАРАТ ЗА АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО**

Публикация в:

сп. Икономика и управление, бр. 4, 2012, с. 2-9

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: статия, 8 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.4.

### **РЕЗЮМЕ**

Разработването на статията е мотивирано от факта, че в условията на непрекъснато засилваща се конкуренция и особено в периода на финансова и икономическа криза, особено значение придобива въпросът за анализ и оценка на конкурентния потенциал на предприятието като предпоставка за разкриване на възможностите за повишаването му и перспективите за бъдещо развитие.

Въз основа на аналитичен преглед на литературните източници се приема определение и се дефинират основните системообразуващи компоненти на конкурентния потенциал на предприятието – управленски потенциал, ресурсен потенциал, маркетингов потенциал, иновационен потенциал, финансов потенциал.

Посочва се, че с оглед на разкриването на възможностите за повишаване на конкурентния потенциал на предприятието, важно значение има разработването на адекватен измерителен апарат за неговия анализ и оценка, който да позволява отчитането на влиянието на вътрешните за предприятието фактори за повишаване на конкурентоспособността му, както и заложените предпоставки за подобряването им. Предлага се система от показатели, както и подход за определяне на стойностите на всеки показател и на комплексна обобщаваща оценка на конкурентния потенциал на предприятието.

Акцентираща се върху становището, че една от основните характеристики на конкурентния потенциал на предприятието е, че той винаги се проявява и оценява в сравнителен план с конкурентите на конкретен пазар, пазарен сегмент и/или пазарна ниша. В този контекст се обобщава, че в зависимост от поставените цели, сравняването на конкурентния потенциал на предприятията – обект на анализа може да се осъществява в няколко аспекта.

Обосновава се, че подобен сравнителен анализ (реализиран в някое или всички посочени направления) позволява да се разкрият конкурентните предимства и конкурентните слабости на предприятието по отношение на неговия конкурентен потенциал. В резултат на тези анализи се разкриват и потенциалните възможности и резерви за повишаване на конкурентния потенциал на предприятието, което е основа за вземането на адекватни управленски решения и предприемането на целенасочени управленски действия за реализиране на поставените в конкурентната стратегия на предприятието цели.

## **ПРОБЛЕМИ НА ПРОФЕСИОНАЛНАТА РЕАЛИЗАЦИЯ НА МЛАДЕЖИТЕ С ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ НА ПАЗАРА НА ТРУДА В БЪЛГАРИЯ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ТЯХНОТО ПРЕОДОЛЯВАНЕ**

Публикация в:

Годишник на СУБ - клон Благоевград, том 7, 2013, с. 57-70

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: статия, 14 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.5.

### **РЕЗЮМЕ**

Целта на разработката е да се идентифицират съществуващи проблеми на професионалната реализация на младежите с висше образование на пазара на труда в България и да се разкрият възможности за тяхното преодоляване. Посочва се, че според анализи и прогнози на водещи международни институции и експерти, глобалната финансово-икономическа криза продължава, а в редица страни и региони се задълбочава. В България също не се наблюдава възстановяване на

икономиката – тя се характеризира с незначителен растеж, като очакванията са, че тази тенденция ще продължи в близките години. В този контекст се констатира непрекъснато влошаване на стойностите на показателите, характеризиращи състоянието и тенденциите на пазара на труда както в ЕС, така и в България.

Обосновава се, че един от особено тежките проблеми на пазара на труда е проблемът с младежката безработица. Прави се подробен динамичен и структурен анализ на контингента безработни младежи. Установява се, че в групата на безработните навлизат все повече младежи със средно и висше образование, като нарастването на безработицата сред тях е над два пъти в рамките на три години. Най-висок е ръстът на повишаване на безработицата сред младежите със средно професионално образование. Констатира се, че младежите с висше образование са съкращавани от работа с по-висок темп, отколкото тези с по-ниско образователно равнище. Основните фактори, определящи тези негативни промени са малко или повече циклични, но се срещат и структурни фактори, един от които е трудното навлизане на младежите на пазара на труда. На база на проучване на различни информационни източници се идентифицират нови специфични моменти, свързани с търсенето на кадри на младежкия пазар на труда.

С оглед на получаване на по-обективна представа за измеренията на проблемите, свързани с професионалната реализация на младежите с висше образование на пазара на труда, се представят обобщени резултати от проведено през декември 2012 г. анкетно проучване сред 398 младежи до 29 г., завършили висше образование в различни висши училища (ВУ) в периода 2008-2012 г.

## **ИЗСЛЕДВАНЕ НА ВЛИЯНИЕТО НА МАРКЕТИНГОВИЯ ПОТЕНЦИАЛ ВЪРХУ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ХОТЕЛИЕРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Публикация в:

сп. Икономика и управление, бр. 2, 2013, с. 22-31

Автори: Кюрова, В., **Р. Димитрова**

Вид на публикацията: статия, 10 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.6.

### **РЕЗЮМЕ**

Актуалността на статията произтича от голямото значение на повишаването на конкурентоспособността на хотелиерския бизнес като един от най-важните фактори за устойчивото развитие на туристическия сектор, на отделните региони и на туристическите предприятия.

Въз основа на аналитичен преглед на литературните източници се определя важната роля на маркетинга, респ. на маркетинговия потенциал на предприятията

за равнището и повишаването на тяхната конкурентоспособност. В този контекст целта на разработката е да се изследва зависимостта между маркетинговия потенциал и конкурентоспособността на хотелиерските предприятия.

В разработката се прилага адаптиран измерителен апарат, основан на критерии и показатели за анализ и оценка на конкурентоспособността и на конкурентния потенциал на предприятието. Необходимата емпирична информация е получена в резултат на реализирано през периода май-септември 2013 г., по метода на пряката анкета на отзовалите се, анкетно проучване на 30 хотела, функциониращи на територията на Бургаска област.

С оглед установяване на наличие или отсъствие на зависимост между конкурентоспособността и маркетинговия потенциал на хотелиерските предприятия (оценени чрез изчислените стойности на техните бални оценки) се прилага методът на дисперсионния анализ.

Въз основа на резултатите от изследването се установява, че маркетинговият потенциал оказва съществено влияние върху конкурентоспособността на изследваните хотелиерски предприятия. Зависимостта между равнището на маркетинговия потенциал и на конкурентоспособността на предприятията е силна. С оглед оптимизиране на маркетинговите дейности и разработването и прилагането на ефективни, адекватни на динамичните промени в конкурентната среда, маркетингови стратегии се обосновава необходимостта от реализиране на целенасочени управленски действия в предприятието.

## **КАЧЕСТВОТО НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ – ФАКТОР ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ**

Публикация в:

сп. Управление и устойчиво развитие, бр. 5, 2013, с. 119-123

Автори: **Димитрова, Р.**, В. Кюрова

Вид на публикацията: статия, 5 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.7.

### **РЕЗЮМЕ**

Разработката е посветена на проблема за значението на качеството на човешките ресурси като фактор за повишаване на конкурентоспособността на туристическия продукт. На база на данни за състоянието и развитието на туризма се установява, че той е един от важните и устойчиво развиващи се сектори на икономиката на България. Обобщава се, че в условията на световна финансова и икономическа криза непрекъснато се засилва острата конкурентна борба между субектите на туристическия пазар. В този контекст българският туризъм запазва своите позиции на световния и регионален туристически пазар.



Обосновава се, въз основа на литературен обзор, становището, че основно средство за придобиване на конкурентни предимства е повишаването на качеството на туристическия продукт и степента на удовлетворяване на потребностите, изискванията и желанията на потребителите. Подчертава се, че важен фактор за формиране на висококачествен туристически продукт е качеството на обслужване на потребителите.

За установяване на основните проблеми свързани с качеството на човешките ресурси като фактор за повишаване на конкурентоспособността на туристическия продукт е проведено анкетно проучване, сред 87 работодатели от туристическия бранш и 268 потребители на туристически продукти в периода септември – октомври 2012 г. В разработката се представят резултатите от проучването и въз основа на техния анализ и оценка, правят се обобщени изводи и се отправят конкретни препоръки.

## **ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРОДУКТА ЧРЕЗ ПРИЛАГАНЕ НА АКТИВНИ МЕТОДИ ЗА ПРЯКА ВРЪЗКА С ПОТРЕБИТЕЛИТЕ**

Публикация в:

сп. Предприемачество, бр.1, 2013, с. 77-84

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: статия, 8 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.8.

### **РЕЗЮМЕ**

Равнището на конкурентоспособност на продукта, респ. на продуктите, както и перспективите и потенциала за нейното повишаване са сред основните фактори, формиращи конкурентоспособността на предприятието. Въз основа на анализ на литературните източници в разработката се обобщават някои основни направления на дейност на предприятието, насочени към повишаване на конкурентоспособността на продукта.

В този контекст се посочва, че практическото прилагане на всяко от посочените направления на дейност, изисква установяването и поддържането на тясна, устойчива връзка с реалните и потенциални потребители на този продукт.

С цел осъществяване на анализ и оценка на степента на поддържане на устойчива връзка и комуникация с реалните и потенциални потребители, в периода юли – септември 2013 г. е проведено емпирично проучване по метода на пряката анкета сред 35 предприятия, разположени на територията на Община Благоевград. В хода на набиране на информацията са анкетирани представители на техните ръководства (собственици и съсобственици, управители, мениджъри).

Резултатите от проучването показват, че всички изследвани предприятия прилагат единствено традиционните модели за връзка на предприятието с потребителите. Извеждат се предимствата и недостатъците на тези традиционни форми на комуникация между предприятието и потребителите на неговите продукти..

С оглед на преодоляване на идентифицираните недостатъци се предлагат възможности за повишаване на конкурентоспособността на продукта чрез прилагане и на други, по-активни и целенасочени методи за пряка връзка на предприятието с потребителите.

## **ИЗСЛЕДВАНЕ НА ВЛИЯНИЕТО НА ВЪНШНИТЕ ФАКТОРИ ЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ ВЪРХУ МАРКЕТИНГОВИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА**

Публикация в:

сп. Управление и устойчиво развитие, 2014, (под печат)

Автори: **Димитрова, Р.**, В. Кюрова

Вид на публикацията: статия, 9 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.9.

### **РЕЗЮМЕ**

Основната идея, застъпена в разработката е, че в основата на ефективната конкурентна стратегия за развитие на хотелиерските предприятия, адекватна на динамичните изисквания на пазара, стоят много доброто познаване на външната конкурентна среда, реалната оценка на собствените ресурси и възможности, респ. на конкурентния потенциал и правилният избор на стратегически и тактически цели. В силно конкурентна среда успешни могат да бъдат само предприятия, които прилагат маркетингови средства в конкурентната борба, а изучаването на конкурентната среда се явява обект на маркетинговите изследвания.

Въз основа на аналитичен преглед на литературните източници се прави класификация на външните фактори за конкурентоспособност. Акцентира се върху важната роля на маркетинга, респ. на маркетинговия потенциал на предприятията за формирането и повишаването на тяхната конкурентоспособност. В този контекст целта на разработката е да се изследва зависимостта между равнището на влияние на външните фактори за конкурентоспособност и маркетинговия потенциал на хотелиерските предприятия.

В статията се прилага адаптиран измерителен апарат, включващ система от критерии и показатели за анализ и оценка на влиянието на външните фактори и на конкурентния потенциал на предприятието. За установяване на наличие или отсъствие на зависимост между влиянието на външните фактори за

конкурентоспособност и маркетинговия потенциал на хотелиерските предприятия се прилага методът на дисперсионния анализ.

Необходимата за изследване на зависимостта между влиянието на външните фактори за конкурентоспособност и маркетинговия потенциал на хотелиерските предприятия емпирична информация е получена в резултат на реализирано през периода май-септември 2013 г., по метода на пряката анкета на отзовалите се, анкетно проучване на 30 хотела, функциониращи на територията на Бургаска област.

Резултатите от емпиричното изследване показват, че външните фактори за конкурентоспособност оказват съществено влияние върху маркетинговия потенциал на изследваните хотелиерски предприятия. Констатира се наличието на силна зависимост между оценката на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност и на маркетинговия потенциал на хотелиерските предприятия. Прави се изводът, че голямото значение на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност за маркетинговия потенциал на хотелиерските предприятия изисква непрекъснати, целенасочени действия за оптимизиране на управлението на конкурентоспособността, насочени към непрекъснат мониторинг на динамичните промени във външната среда на предприятията и разработването и прилагането на ефективни, адекватни на конкурентната среда маркетингови стратегии.

## **ГЪВКАВИТЕ СТРАТЕГИИ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ: ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ ОТ СЕКТОРА НА ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Публикация в:

сп. Управление и устойчиво развитие, 2014, (под печат)

Автори: **Димитрова, Р.**, Р. Владов

Вид на публикацията: статия, 7 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.10.

### **РЕЗЮМЕ**

В разработката се поставя за разглеждане проблемът за възможността за повишаване на конкурентоспособността на организациите от ИТ- сектора чрез прилагане на гъвкавите стратегии за използване на човешките ресурси. Въз основа на застъпените в литературата в тази предметна област становища се прави изводът, че човешките ресурси са един от основните фактори за постигане и поддържане на устойчиво високо равнище на конкурентоспособност, а оттам и за просперитет на предприятието. В този контекст проблемът за формирането на

оптимално функционираща система от човешки ресурси в ИТ сектора придобива голямо научно-приложно значение, особено в настоящите условия на финансово-икономическа криза и ожесточена конкурентна борба.

Прави се характеристика на същността и особеностите на гъвкавите стратегии за използване на човешките ресурси. Поставя се акцент върху предимствата на гъвкавите стратегии за работодателите и за служителите, като същевременно се посочват и недостатъците за работодателите. Специално внимание в разработката се отделя на предимствата на гъвкавите стратегии по отношение на повишаването на конкурентоспособността на предприятието.

Предлага се, апробиран в конкретно предприятие, модел за гъвкава заетост в малко предприятие от сектора на информационните технологии. Обобщават се констатираните във времето на апробация на модела положителни резултати и трудности. Прави се изводът, че моделът за гъвкава заетост може да се разглежда като средство за получаване на конкуренти предимства при ограничен ресурсен капацитет на предприятието, особено в условия на непрекъснато усложняваща се конкурентна среда.

## **УРБАНИЗАЦИЯ И ОБЕЗЛЮДЯВАНЕ – ДВУПОЛЮСНИЯТ ДЕМОГРАФСКИ МОДЕЛ НА ТРУДОВИЯ ПАЗАР В ОБЛАСТ КЮСТЕНДИЛ**

Публикация в:

сп. Управление и устойчиво развитие, 2014, (под печат)

Автори: Йорданова, А., Р. Димитрова

Вид на публикацията: статия, 7 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.11.

### **РЕЗЮМЕ**

Разработването на статията е провокирано от тревожните демографски тенденции в България: отрицателен прираст, застаряване на населението и депопулация, които оформят все по-неблагоприятни съотношения между възрастовите групи на населението. Фокусът се поставя върху обезлюдяването на селските райони на Област Кюстендил и отражението му върху състоянието на трудовия пазар. Целта на проучването е да се определи групата на селата в Кюстендилско, характеризиращи се с най-неблагоприятен потенциал от трудови ресурси, на база възрастовата структура на населението. Проучването е осъществено по данни на НСИ от последното преброяване на населението през 2011 г. Развитието на процесите в динамика е проследено в периода 2001-2011 г.

Въз основа на прилагане на система от показатели се прави анализ на интензивността на демографските процеси в Област Кюстендил, както и оценка на диференциацията в демографската структура между градовете и селата.

На база на получените в хода на анализа резултати се формулират обобщени изводи и заключения

## **ОЦЕНКА НА ВЛИЯНИЕТО НА ВЪНШНИТЕ ФАКТОРИ ЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Публикация в:

сп. Икономика и управление на селското стопанство, бр. 2, 2014, с. 44-54

Автор: Райна Димитрова

Вид на публикацията: статия, 11 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.12.

### **РЕЗЮМЕ**

Външните фактори за конкурентоспособност оказват непосредствено влияние върху конкурентоспособността и конкурентния потенциал на предприятията. Изследването на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност позволява да се оцени състоянието на външната среда, да се направят обективни прогнози за промените в условията и факторите, бъдещите възможности и заплахи на тази среда и тяхното потенциално влияние върху развитието на туристическото предприятие. Анализът и оценката на равнището и на устойчивостта на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност е условие за формиране на адекватна конкурентна стратегия на предприятието. В този контекст целта на разработката е да се направи емпирично изследване и се оцени влиянието на външните фактори за конкурентоспособност на туристически предприятия, разположени на територията на Югозападния район на България. За постигане на целта на изследването се прилагат подход и методика за статистическо характеризирание на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност на предприятията на основани на данни от анкетни проучвания. За набиране на необходимата за постигане на целите на изследването първична емпирична информация е проведено проучване в периода януари - февруари 2014 г. В изследването са участвали 157 туристически предприятия от Югозападния район на България. В хода на набиране на информацията са анкетирани представители на техните ръководства (собственици и съсобственици, управители, мениджъри). Изследването обхваща период от три последователни години 2011-2013 г. Направени са съответни, произтичащи от анализа и оценката на получените от изследването резултати, обобщени изводи.

## EVALUATION OF THE CONSUMERS ATTITUDES TOWARDS THE PRODUCTS OF ALTERNATIVE TOURISM IN NATIONAL PARK "RILA"

Публикация в:

сп. University of Szczecin, Scientific Journal № 658, Economic problems of tourism, № 1 (17), 2012, с. 77-85

Автори: **Dimitrova, R.**, V. Kyurova  
Вид на публикацията: статия, 9 стр.  
Номер от списъка на публикациите: 3.13.

### РЕЗЮМЕ

Актуалността на разработката произтича от прогнозите, според които се очаква алтернативният туризъм постепенно да се превърне в един от най-динамично развиващите се видове туризъм. Това би позволило да се решат важни социално-икономически проблеми на отделните региони, да се повишат благосъстоянието на местното население и икономическия просперитет в съхранена природна среда.

Посочва се, че наред с традиционните туристически продукти все по-често на пазара се търсят продуктите на алтернативния туризъм. Те са важна пазарна ниша с голям потенциал за растеж. Именно поради това е необходимо да се правят проучвания, анализ и оценка на потребителските нагласи към продуктите на алтернативния туризъм. Обосновава се становището, че териториите на природните паркове предоставят оптимални условия за развитието на алтернативния туризъм. Целта на разработката е да се анализират и оценят потребителските нагласи към продуктите на алтернативния туризъм с оглед на постигане на максимално съответствие между потребности и продукти, а оттам и до повишаване на конкурентоспособността на туризма в България.

За постигане на целта на изследването е използвана информация от анкетно проучване сред потенциални потребители на продукти на алтернативния туризъм, предлагани на територията на Национален парк "Рила".

Проучването е извършено сред 450 респонденти (потенциални потребители на продукти на алтернативния туризъм) в периода май-август 2009 г. за нуждите на настоящата разработка.

В анкетата са включени въпроси свързани с: потребителския интерес, предпочитанията и нагласите на потребителите към характеристиките на продуктите на алтернативния туризъм. За анализ и оценка на получените резултати в изследването се използват статистически методи.

Представят се получените от анкетното проучване обобщени резултати.

## POSSIBILITIES TO OVERCOME THE SEASONAL EMPLOYMENT IN TOURISM IN BULGARIA

Публикация в:

сп. Scientific Journal № 773, Service Management, Vol. 9, 2012, с. 101-117

Автори: **Dimitrova, R.**, V. Kyurova

Вид на публикацията: статия, 17 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.14.

### РЕЗЮМЕ

В началото на 21-ви век туризмът придобива все по-голямо значение и се превръща в един от структуроопределящите отрасли в икономиката на редица страни. Експертни анализи и прогнози извеждат туризма като един от стратегическите отрасли за устойчивото развитие на българската икономика. Развитието на туризма влияе пряко – чрез числеността на заетите в самия отрасъл и косвено – чрез мултиплициращия си ефект, върху състоянието и тенденциите в заетостта на национално и регионално равнище. Това влияние придобива още по-голямо значение в контекста на глобалната финансово-икономическа криза, която води до възникването на сериозни проблеми и структурни диспропорции на пазара на труда в много страни, вкл. и България.

На база на анализ на статистически данни се прави изводът, че в България след 2008 г. се наблюдават сериозни негативни тенденции по отношение равнището, динамиката и структурите на заетостта. Същевременно заетостта в туризма за периода 2003-2010 г. остава устойчива и на този етап не се регистрира тенденция на намаляване, което отличава сектора в контекста на негативните процеси на пазара на труда в страната.

Обосновава се, че един от значимите проблеми на развитието на туризма в България се явява сезонността. Установява се, че в резултат от проявлението на сезонните причини туристическият поток в България се характеризира с висока териториална, сезонна и продуктова моноструктурност, което има негативно влияние върху крайните резултати от дейността на туристическите предприятия, върху ефективното целогодишно използване на човешките ресурси в сектора и върху конкурентоспособността на туризма.

Резултатите от проведено анкетно проучване показват, че изискванията на потребителите към предлагания хотелиерски продукт са за създаване на атракции, допълнителни услуги и главно за съчетаване на традиционната почивка на море или планина с различни форми на алтернативния туризъм. За намаляване на влиянието на сезонността и за осигуряване на устойчива целогодишна заетост в туризма се предлагат апробирани и примерни модели за комплексен хотелски продукт в планински и морски райони.

На база на анализите и оценките от изследването се правят обобщени изводи и препоръки, които се явяват и основните приноси на разработката.

## **STATE AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE SOUTH-WEST PLANNING REGION OF BULGARIA**

Публикация в:

сп. Journal of Management and Marketing, Volume 1, Issue 1, 2013, с. 42-53

Автори: Куугова, V., **R. Dimitrova**

Вид на публикацията: статия, 12 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.15.

### **РЕЗЮМЕ**

В основата на разработката стои убеждението, че предприемачеството е основен фактор за устойчиво развитие на икономиката. Един от лостовете за справяне със задълбочаващата се икономическа криза в България е постепенното преодоляване на актуалните проблеми, пред които е изправено развитието на предприемачеството. Проучването, анализът и оценката на състоянието и развитието на предприемачеството позволяват да се установят неговите основни проблеми и да се предприемат адекватни действия за тяхното решаване, което да доведе до повишаване на конкурентоспособността на предприятията.

Целта на статията е да се изследват и установят актуални проблеми на състоянието и тенденциите в развитието на предприемачеството в Югозападния район за планиране. За постигането на целта в периода юни-септември 2012 г. е проведено анкетно проучване в 358 предприятия от всички общини на територията на Югозападния район за планиране. В хода на набиране на информацията са анкетирани, по метода на пряката анкета, представители на техните ръководства (собственици и съсобственици, управители, мениджъри). Първата част на проучването е насочена към установяване на фактическия статут на предприятията според правната им форма, сфера на стопанска дейност, големина и др. Втората група въпроси в проучването се отнасят към установяване на състоянието и тенденциите в изменението на обема на дейност на предприятията в натурално и стойностно изражение. Третата група въпроси се отнасят към проучване на конкурентния статус на предприятията. С оглед на изключително важното значение на качеството на човешките ресурси за повишаване на производителността на труда, един от акцентите в проучването е установяването на състоянието и предприеманите действия по отношение на обучението и развитието на човешките ресурси в изследваните предприятия.

Прави се преглед на теоретико-приложните аспекти на предприемачеството, основан на литературни източници в тази предметна област. Представят се



получените от емпиричното изследване резултати. Въз основа на анализа и оценката на резултатите се идентифицират някои основни проблеми на състоянието и перспективите за развитие на предприятията от Югозападния район за планиране.

## **RESEARCH ON THE EDUCATIONAL NEEDS OF THE EMPLOYED PERSONNEL IN THE BLAGOEVGRAD REGION WITHIN THE CONTEXT OF THE LIFELONG LEARNING CONCEPT**

Публикация в:

сп. Scientific Journal Service Management, Vol. 12, 2014, с. 17-26

Автор: Rayna Dimitrova

Вид на публикацията: статия, 10 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.16.

### **РЕЗЮМЕ**

Образованието и развитието на човешките ресурси и обучението им през целия живот е важно както за компаниите, така и за отделните индивиди. Крайната цел на обучението е свързана с интереса на организацията за увеличаване ефективността от използването на основните производствени фактори, усъвършенстване на параметрите на организационното представяне и повишаване на конкурентоспособността на предприятията. Мащабът на настоящата икономическа и социална промяна, бързото преминаване към общество на знанието и демографския натиск в резултат на застаряването на населението и миграционните процеси в Европа са предизвикателства, които изискват нов подход към образованието и обучението и учене през целия живот. Концепцията за учене през целия живот се реализира практически и на равнище отделна организация.

Целта на разработката е да се изследват конкретните потребности от обучение на заети лица в предприятия на територията на Благоевградска област в контекста на концепцията за учене през целия живот. За постигане на целта е проведено анкетно проучване, като са реализирани 303 анкети с мениджъри и собственици на фирми и 529 анкети със служители на фирми на територията на Благоевградска област.

Представя се подробен анализ на получените при проучването резултати и се отправят конкретни препоръки по отношение на подходите, методите и средствата за обучение на заетите в предприятията лица.

## **ASSESSMENT OF THE COMPETITIVE POSITION OF THE SOUTH-WEST REGION OF BULGARIA AS A TOURIST DESTINATION**

Публикация в:

сп. Scientific Journal Service Management, Vol. 13, 2014, с. 29-38

Автор: Rayna Dimitrova

Вид на публикацията: статия, 10 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.17.

### **РЕЗЮМЕ**

Разработването на статията е провокирано от проучване на литературни източници и статистическа информация, което еднозначно показва, че развитието на туризма във всяка отделна страна и/или регион, в перспектива ще протича в силно променена конкурентна среда, характеризираща се с интензифициране и усложняване на конкуренцията между туристическите предприятия и дестинации на национално и международно равнище. Следователно особена актуалност придобива проблемът за формиране и прилагане на ефективен механизъм за извършване на конкурентен анализ на конкурентните предимства и конкурентоспособността на туристическите предприятия, дестинации и региони, обуславящите ги фактори, засилването на съществуващите и придобиването на нови конкурентни предимства и възможностите за повишаване на конкурентоспособността.

В този контекст целта на изследването е да се оцени конкурентната позиция на Югозападния район за планиране на България като туристическа дестинация. Обосновава се, че туризмът добива все по-важно значение за развитие на региона, който разполага с изключително благоприятни условия за развитие на сектора.

За постигане на целта на разработката се представя и прилага методика за съставяне на конкурентна карта на пазара. За източник на проучването се използва информация на НСИ за дейността на средствата за подслон в България и в отделните райони за планиране на страната за периода 2008-2012 г., като е направен анализ по система от показатели.

Въз основа на разработените конкурентни карти се прави конкретна оценка на конкурентната позиция на Югозападния район за планиране на България на пазара на средствата за подслон в страната.

## **THE INFLUENCE OF EXTERNAL FACTORS ON THE COMPETITIVENESS OF A COMPANY**

Публикация в:

сп. Scientific Journal Service Management, (под печат)

Автор: Rayna Dimitrova

Вид на публикацията: статия, 12 стр.

Номер от списъка на публикациите: 3.18.

### **РЕЗЮМЕ**

Външните фактори за конкурентоспособност оказват непосредствено влияние върху конкурентоспособността и конкурентния потенциал на предприятията. Анализът и оценката на равнището и на устойчивостта на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност е условие за формиране на адекватна конкурентна стратегия на предприятието. В този контекст целта на разработката е да се направи емпирично изследване на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност на предприятия от сектор „Производство на мебели“, разположени на територията на Благоевградска област. За постигане на целта на изследването се прилагат подход и методика за характеризиране на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност на предприятията на базата на данни от анкетни проучвания. Направени са съответни, произтичащи от резултатите от изследването, изводи.

Прави се литературен обзор на схващанията за същността на външните фактори за конкурентоспособност на предприятията и тяхната класификация. Представя се система от показатели, въз основа на която се осъществява анализ и оценка на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност на предприятията – източници на проучването. Формулират се основни обобщени изводи, основани на конкретните резултати от извършения анализ и оценка.

#### **4. Публикации от участия в научни конференции**

### **ФИСКАЛЕН МЕХАНИЗЪМ ЗА ПОДПОМАГАНЕ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА ГОРСКОТО СТОПАНСТВО**

Публикация в:

Юбилейна международна научнопрактическа конференция “Модернизация на икономиката – макроикономически, финансови и социални аспекти, Стопанска Академия “Д. А. Ценов”, Свищов, 6-7 ноември 2008 г., с. 161-169

Автори: **Димитрова, Р.**, В. Кюрова  
Вид на публикацията: доклад, 9 стр.  
Номер от списъка на публикациите: 4.1.

#### **РЕЗЮМЕ**

Разработката е посветена на изследването на проблема за намиране на възможни фискални механизми за подпомагане на устойчивото развитие на горското стопанство в България. Обосновава се огромното значение на горите, които са основна част от сухоземните екосистеми и заедно със Световния океан са основен средообразуващ фактор на Земята. Посочва се, че устойчивото развитие на горското стопанство е от изключителна важност за постигане на дългосрочен баланс в постигането на екологичните, икономически и социални цели, стоящи пред човечеството.

Проучванията и анализите показват, че устойчивото развитие на горското стопанство (УРГС) в България за периода 1994-2007 г. се сблъсква с многобройни и усложняващи се икономически, социални, екологични и институционални проблеми и е изправено пред редица настоящи и бъдещи предизвикателства. Един от тези проблеми е системният недостиг на финансови средства за изпълнение на заложените в институционалното устройство функции и задачи на горския сектор. Установява се, че системата за финансиране не успява да изпълни съвременните стандарти за устойчиво стопанисване и използване на горите. Прави се изводът, че съществува обективна необходимост от разработване на нов фискален механизъм за подпомагане на устойчивото развитие на горското стопанство в България.

Представят се установени и функциониращи в редица страни по света фискални механизми за защита и управление на горите.

Обосновава се тезата, че във фискалния механизъм за подпомагане на УРГС следва да се заложат фискални инструменти, които икономически да мотивират собствениците и ползвателите на гори да прилагат екологосъобразни горски технологии. Предлага се в основата на фискалния механизъм да се заложат два основополагащи принципа: акумулиране на приходните парични потоци в горския сектор и тяхното реинвестиране; данъчно преразпределение, при което към горския сектор се насочват допълнителни финансови ресурси за финансиране на различни екопроекти на териториите на горите и земите от горския фонд.

## **THE PRODUCT OF CULTURAL TOURISM – A FACTOR IN INCREASING EMPLOYMENT AND OVERCOMING THE SEASONALITY IN THE HOTEL BUSINESS**

Публикация в:

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE “CULTURAL CORRIDOR VIA PONTICA – CULTURAL TOURISM WITHOUT BOUNDARIES”, Гея Либрис, Sofia, 2012, с. 165-172

Автори: Куугова, V., **R. Dimitrova**, D. Yaneva

Вид на публикацията: доклад, 8 стр.

Номер от списъка на публикациите: 4.2.

### **РЕЗЮМЕ**

Актуалността на разработката произтича от представен анализ, основан на статистически данни, който показва, че туризмът е един от най-динамично развиващите се сектори на икономиката на България. Установява се, че в контекста на влошаващата се ситуация на пазара на труда в България и в сектор туризъм се отчита негативно изменение на стойностите на основните показатели за измерване на равнището и динамиката на заетостта.

Посочва се, че маркетингови проучвания показват наличието на голям потенциал както за повишаване на броя на потребителите на продукта на културния туризъм, така и на приходите от международен културен туризъм. Това може да превърне културния туризъм в устойчиво и динамично развиващ се вид туризъм, което да е фактор за подпомагане на решаването на важни социално-икономически задачи и нарастване на икономическия просперитет на отделните региони, вкл. повишаване на заетостта и благосъстоянието на местното население.

Целта на разработката е да се изследват потребителските интереси и нагласи от използването на продуктите на културния туризъм, да се очертаят основните проблеми и да се предложат решения за тяхното преодоляване.

Резултатите, представени в разработката, се основават на анкетно проучване проведено сред 365 потребители на хотелиерски продукт през периода юли – август 2011 г. на територията на област Бургас.

Обосновава се, че един от най-ефективните начини за удовлетворяване на потребителските нагласи, потребности и интереси в сферата на хотелиерството е създаването на уникален продукт, основаващ се на съчетаването на хотелиерския продукта с този на културния туризъм в област Бургас. Това ще предостави възможност за преодоляване на негативното влияние на сезонността върху неравномерното използване на материалната база, текучеството и деквалификацията на работната сила извън летния туристически сезон. От друга страна ще способства за решаването на такъв значим проблем като неефективно използване на трудовите ресурси и липса на възможност за професионална

реализация, съответстваща на образователното и квалификационно равнище на наетите. Това в крайна сметка ще допринесе и за увеличаване на общия брой на заетите в туризма, повишаване на конкурентоспособността на туристическите предприятия, намаляване на териториалните диспропорции в заетостта, а оттам и до подобряване на състоянието и тенденциите на пазара на труда и икономическото развитие.

## **OPPORTUNITIES OF MARKETING RESEARCH FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF THE CULTURAL TOURISM PRODUCT**

Публикация в:

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE “CULTURAL CORRIDOR VIA DIAGONALS – CULTURAL TOURISM WITHOUT BOUNDARIES”, Гезя Либрис, Sofia, 2013, с. 33-40

Автор: Rayna Dimitrova

Вид на публикацията: доклад, 8 стр.

Номер от списъка на публикациите: 4.3.

### **РЕЗЮМЕ**

Разработката се основава на факта, че използването на възможностите на инструментариума на маркетинговите проучвания позволява на туристическите агенции да разработват и прилагат адекватни стратегии за осигуряване и повишаване на конкурентоспособността на продукта на културния туризъм. Наличието на точни, основани на маркетингови проучвания и анализи, прогнози за измененията в конкурентната среда и във вътрешния потенциал е задължително условие за точен избор на стратегия за повишаване на конкурентоспособността на продукта, а оттам и на туристическата агенция.

В този контекст целта на разработката е да се изследват и установят възможностите на маркетинговите проучвания за повишаване на конкурентоспособността на продукта на културния туризъм, свързан с културния коридор Виа Диагоналис, предлаган от български туристически агенции. За постигането на целта в периода февруари - май 2013 г.е проведено анкетно проучване на 23 туристически агенции.

Прави се аналитичен преглед на литературата в предметната област на конкурентоспособността на туристическия продукт. Представят се резултатите от анализа на получените в хода на емпиричното изследване данни, които позволяват да се очертаят конкретни изводи.

Отправят се препоръки свързани с необходимостта туристическите агенции да осъществяват конкурентен анализ в няколко основни направления. Извеждат се

конкретни препоръки за повишаване на конкурентоспособността на продукта на културния туризъм свързан с културния коридор Виа Диагоналис.

## **ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN THE SPHERE OF ECOTOURISM ON THE TERRITORY OF THE NATIONAL PARK “RILA”**

Публикация в:

International Conference on “Sustainable Tourism Development, at Södertörn University College, Huddinge, Sweden, from November 26-28, 2008, с. 201-209

Автори: **Dimitrova, R.**, V. Kyurova

Вид на публикацията: доклад, 9 стр.

Номер от списъка на публикациите: 4.4.

### **РЕЗЮМЕ**

Едно от условията за предлагането на екотуристически продукти и услуги на световно ниво е развитието и обучението на човешките ресурси в сектора. На сегашния етап местните общности, които имат достатъчен природен и културно-исторически потенциал за развитие на екотуризъм, не разполагат в достатъчна степен с човешки ресурс с необходимото образование, квалификация, умения и опит за осъществяване на предприемачески инициативи в тази сфера. Ето защо подобряването на капацитета на предприемачите за извършване на бизнес и обучение на местните общности, предоставящи туристически услуги в България се явява като стратегическа цел на развитието на екотуризма.

Целта на разработката е да се представят резултатите от проучване на необходимостта от обучение и повишаване на квалификацията, особено на управленските знания и умения на предприемачите в сферата на екотуризма на територията на Национален парк “Рила”, да се очертаят основните проблеми и да се предложат решения за тяхното преодоляване.

На база на анализа и оценката на получените от проведеното изследване резултати се правят обобщени изводи.

## **CULTURAL TOURISM – FACTOR FOR THE DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS IN BULGARIA**

Публикация в:

International Conference on “Cultural and Event Tourism: Issues and Debates”, 5-9 November, 2008, in Alanya and Cappadocia, Turkey, с. 905-913

Автори: **Dimitrova, R.**, V. Kyurova  
Вид на публикацията: доклад, 7 стр.  
Номер от списъка на публикациите: 4.5.

### **РЕЗЮМЕ**

Разработката се основава на становището, че хотелската индустрия е една от водещите икономически дейности в съвременния туризъм. В този контекст целта на статията е да се изследва и анализира развитието на хотелската индустрия в България за периода 2002-2006 г. чрез прилагане на определени статистически индикатори и, на тази база да оцени значимостта на културния туризъм за устойчивото развитие на хотелската индустрия. Идентифицират се факторите, които определят измененията в степента на оползотворяване на капацитета на легловата база. Като резултат от анализа се правят изводи, заключения и специфични препоръки за преодоляването на негативното въздействие на сезонните колебания. Обобщава се, че е необходимо да се използва потенциалът на културния туризъм, основан на богатото културно наследство, за да се преодолеят сезонните колебания и да се подпомогне устойчивото развитие на хотелската индустрия в България.

## **ATTITUDES OF LOCAL COMMUNITIES TOWARDS ENTREPRENEURSHIP IN THE SPHERE OF ALTERNATIVE TOURISM**

Публикация в:

The 2<sup>nd</sup> International Conference, ICTIC 2013, 25. – 29. March 2013, Zilina, Slovak Republic, с. 20-23

Автори: **Dimitrova, R.**, V. Kyurova  
Вид на публикацията: доклад, 4 стр.  
Номер от списъка на публикациите: 4.6.



## РЕЗЮМЕ

Актуалността на разработката се определя от данните, според които в контекста на тежката социално-икономическа криза в България туризмът се развива устойчиво и е един от най-важните сектори на икономиката на страната. Обосновава се, че страната има значителен потенциал за развитие на туризма. На този етап големият ресурсен потенциал за развитие на алтернативния туризъм не се използва в достатъчна степен. Икономическата изостаналост, съпроводена със слабо развитие или липса на предприемачески инициативи в общините на територията на Национален парк „Рила” и Национален парк „Пирин” рефлектира негативно върху състоянието и тенденциите на пазара на труда и потенциала от човешки ресурси в тях. Най-тежък е този проблем в селските райони, особено за малките полупланински и планински общини. В този контекст целта на разработката е да се направи анализ и оценка на нагласите на местните общности от малките планински и полупланински общини на територията на НП „Рила” и НП „Пирин” за стартиране и развитие на предприемаческа дейност в сферата на алтернативния туризъм. За постигането на целта е проведено анкетно проучване сред местните общности в тези общини в периода ноември-декември 2012 г. Въз основа на анализа и оценката на получените резултати се правят обобщени изводи.

## CURRENT PROBLEMS OF ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF DEPENDING ECONOMIC CRISIS

Публикация в:

The 1<sup>st</sup> International Virtual Scientific Conference, SCIECONF 2013, 10. – 14. June 2013, Zilina, Slovak Republic, с. 148 -156

Автори: Кукурова, V., **R. Dimitrova**

Вид на публикацията: доклад, 9 стр.

Номер от списъка на публикациите: 4.7.

## РЕЗЮМЕ

Разработката се базира на схващането, че предприемачеството е фундамент на социално-икономическото развитие на страните и регионите, особено в условията на икономическа криза. Застъпва се становището, че предприемачеството е целенасочена съзидателна дейност, основаваща се на стопанската активност, най-доброто организиране и влагане на икономическите ресурси, търсенето и внедряването на нови идеи, проучването и използването на благоприятните възможности за удовлетворяване на икономическите интереси на стопанските субекти и получаването на печалба независимо от възможните рискове. В съвременната икономика то има ролята на катализатор на

икономическите процеси, определящо условие за икономическия растеж и важен инструмент за повишаване броя на работните места и по този начин за решаване на социалния проблем с безработицата.

Посочва се, че всяко предприятие функционира в конкурентна пазарна среда. Ето защо е много важно да се извършва регулярен мониторинг на интегрирания потенциал на предприятието за осъществяване на неговата дейност. По този начин се създават възможности за активно, динамично развитие и постигане на поставените цели в условията на променяща се външна и вътрешна среда.

В този смисъл целта на разработката е да се изследват и установят актуални проблеми на състоянието и тенденциите в развитието на предприемачеството в Югозападния район за планиране. За постигането на целта в периода юни-септември 2012 г. е проведено анкетно проучване в 358 предприятия от всички общини на територията на Югозападния район за планиране.

Въз основа на резултатите от проучването са очертани някои основни проблеми на състоянието и перспективите за развитие на предприятията от Югозападния район за планиране.

## **МОНИТОРИНГЪТ НА МАРКЕТИНГА – ИЗТОЧНИК НА ОБЕКТИВНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО**

Публикация в:

Четвърта меѓународна научна конференција «МЕЃУНАРОДЕН ДИЈАЛОГ: ИСТОК-ЗАПАД», (КУЛТУРА, СЛАВЈАНСТВО И ЕКОНОМИЈА) Свети Николе, Р. Македонија – Тамбов, Руска Федерация, 2013, с. 677-681

Автори: **Димитрова, Р.**, В. Кюрова

Вид на публикацията: доклад, 5 стр.

Номер от списъка на публикациите: 4.8.

### **РЕЗЮМЕ**

Основание за разработване на статията е становището, че мониторингът на маркетинга, който е важен елемент на мониторинга на вътрешната среда на предприятието е основен източник на необходимата обективна информация за управление на конкурентоспособността на предприятието. Обосновава се, че мониторингът на маркетинга включва: анализ на системата за набиране и обработка на маркетингова информация; организация на маркетинговите проучвания; сегментация и избор на целеви пазари; формиране на маркетингов микс; управление на маркетинга на предприятието.

В разработката се поставя като изследователска цел анализиране и оценяване на резултатите от мониторинг на маркетинга на предприятия от различни сектори на икономиката на територията на Благоевградска област. За постигане на целта е проведено анкетно проучване на ръководители и експерти от 75 микро-, малки и средни предприятия, обхващащо периода 2010-2012 г.

Представените обобщени резултати от проучването са основание в статията да се направят обобщени изводи и да се отправят конкретни препоръки, свързани с необходимостта от вземане на управленски решения и предприемане на адекватни мерки за подобряване на маркетинговата дейност и за повишаване на качеството на маркетинговите проучвания.

## **ASSESSMENT OF EXTERNAL ENVIRONMENT IMPACT ON TOURISM ENTERPRISES**

Публикация в:

TMS Algarve 2014: MANAGEMENT STUDIES INTERNATIONAL CONFERENCE, Olhao, Portugal, 26-29 November 2014, с. 89-99

Автори: Куугова, V., **R. Dimitrova**

Вид на публикацията: доклад, 11 стр.

Номер от списъка на публикациите: 4.9.

### **РЕЗЮМЕ**

Важно значение за развитието на туристическия бизнес има влиянието на факторите на външната среда на предприятията в сектора. Ето защо съществува обективна необходимост от идентификация и класификация на факторите на външната среда, които влияят върху дейността на туристическите предприятия. В този контекст бизнес изследванията са значим информационен ресурс за характеризиране на външната среда на туристическите предприятия. Целта на изследването е да се оцени влиянието на факторите на външната среда върху дейността на туристическите предприятия. За постигане на целта е приложена статистическа методология за оценка на бизнес средата на основата на данни от анкетни проучвания. Въз основа на прилагането на тази методология е направена оценка на влиянието на всяка от групите фактори на външната среда върху дейността на туристически предприятия, функциониращи на територията на Югозападния район за планиране на България за периода 2011-2013 г.

Набраната в хода на анкетното проучване емпирична информация и резултатите, получени при прилагането на подхода дават основание да се направят редица конкретни изводи. Обосновава се, че констатираното повишаване на интензивността на конкуренцията на пазара и изострянето на конкурентната борба изискват провеждането на непрекъснат стратегически и конкурентен анализ на

състоянието и развитието на отрасловия туристически пазар, на конкурентите на пазара, както и идентифицирането на силните и слабите страни, конкурентните предимства и слабости на отделното туристическо предприятие. Резултатите от такъв анализ позволяват разработването и прилагането от страна на отделните туристически предприятия, на адекватни конкурентни стратегии, насочени към постигане на съществени и устойчиви конкурентни предимства спрямо конкурентите на пазара.