

РЕЦЕНЗИЯ

от доц. д-р Преслав Михайлов Димитров,

Катедра „Туризм“, ЮЗУ „Неофит Рилски“ в качеството си на рецензент
по конкурс за академичната длъжност „доцент“ по професионално направление 3.9

„Туризм“ с единствен кандидат

гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзийска,

съгласно Заповед № 1981/12.09.2016 год. на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“ за
назначаване на Научно жури по конкурс за академична длъжност „Доцент“ по
професионално направление 3.9. Туризм /Икономика и управление на туризма (Културен
туризм), обявен в Държавен вестник бр. 61 от 05 август 2016 год.

I. Биографична информация за докторанта:

Кандидатът за академичната длъжност „доцент“ гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзиева е родена на 25.07.1974 г., в град Благоевград. Средното си образование получава в Езикова гимназия „Акад. Людмил Стоянов“, гр. Благоевград, България (1988 – 1993 г.), а висшето си образование в Югозападен Университет „Неофит Рилски“, в гр. Благоевград, спец. „Туризм“, ОКС „Бакалавър“ в периода 1993 – 1998 г., като магистърска степен завършва в периода 2006 – 2008 г. в същия университет, специалност „Английска филология“. От 04.01.2007 гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзиева работи като щатен преподавател на основен трудов договор в Катедра „Туризм“ на Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“. Владее писмено и говоримо английски и гръцки език. През 2011 г. кандидатът защитава докторска дисертация и ѝ е присъдена образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност „Икономика и управление по отрасли (туризм)“.

Особено положително впечатление в кариерното развитие на кандидата прави участието и работата ѝ в международни образователни и научни програми и проекти, финансирани по Европейската програма за териториално сътрудничество „Гърция – България 2007 – 2013 г.“, Програма „Еразъм“ и Еразъм +“ на ЕС. Тук с оглед на бъдещото представяне на публикационната активност на гл. ас. д-р Илина Терзийска следва да се отбележи участието ѝ в проектите: (i) Проект N SRP – A7 „Изследване на предприемачеството и клъстерното развитие в условията на криза в Република България и европейските страни“; (ii) Проект „Трансгранични вертикални оси на предприемачеството и подкрепа на младежи и жени“, финансиран по Европейската програма за териториално сътрудничество „Гърция – България 2007-2013“; (iii) Проект „Местни продукти и фестивали и туристическо развитие в трансграничното сътрудничество Гърция-България“, финансиран по Европейската програма за териториално сътрудничество „Гърция – България 2007 – 2013

г.“, Договор № В2.12.03/03.06.2013, рег. №2577 – (Проект LOFT) и (iv) Проект „Балансиране на предлагане и търсене на професионални умения в трансграничната област“, финансиран по Европейската програма за териториално сътрудничество „Гърция – България 2007 – 2013 г.“, Референтен номер и МИС код: 900119.

По време на стажа си като университетски преподавател, кандидатът гл. ас. д-р Илинка Терзийска е реализирала една преподавателска мобилност по Програма „Еразъм“ на ЕС през 2016 г. Същата е сред основните организатори и на провежданата от ЮЗУ „Неофит Рилски“ международна научна конференция по въпросите на културния туризъм и културните коридори на Балканите и Югоизточна Европа като цяло. С оглед тематиката на провеждания конкурс и фактическата работа на научното жури по него е необходимо да се спомене, също така, че гл. ас. д-р Илинка Терзийска в периода след придобиването на образователната и научна степен доктор води лекционни курсове основно в сферата на културния туризъм, както следва: (i) Етноложки туризъм; (ii) Разработване на маршрути за културен туризъм; (iii) Културен туризъм; (iv) Управление на проекти в сферата на културата и туризма; (v) Туристическо поведение.

II. Обща оценка на представените научни публикации и извършената научно-изследователска дейност:

За участието си в процедурата по присъждане на академичната длъжност „доцент“ гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзиева е представила общо 20 публикации, от които самостоятелни са 6 публикации (Публикации №1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2 и 3.8), а в съавторство са 14 публикации (Публикации №1.1, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 3.1, 3.2, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.9 и 3.10). По отношение на вида на представените публикации те са, както следва: (i) **монографии и глави от книги – 2** (Публикации № 1.2 и 1.4), от които 1 в България (Публикация № 1.2) и 1 в чужбина (Публикация №1.4), като и двете са издадени на английски език; (ii) **статии – 6** (Публикации № 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5 и 2.6), от които 4 в България (Публикации № 2.1, 2.2, 2.3 и 2.4) и 2 в чужбина (Публикации №2.5 и 2.6); (iii) **научни доклади на конференции, издадени в сборници – 10** (Публикации № 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9 и 3.10), от които 7 в България (Публикации № 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6 3.7) и 3 в чужбина (Публикации № 3.8, 3.9 и 3.10) и (iv) **учебници и учебни помагала – 2** (Публикации №1.1 и 1.3) и двете, отпечатани в България. По отношение на езика, на който са написани публикациите прави впечатление, че **7 са на български език** (Публикации № 1.1, 1.3, 2.2, 2.3, 2.4, 3.2 и 3.6) и 13 са на английски език (Публикации № 1.2, 1.4, 2.1, 2.5, 2.6, 3.1, 3.4, 3.5, 3.7, 3.8, 3.9 и 3.10). Общият обем на публикациите е в размер на 423 страници реално отпечатан текст.

За всички публикации в съавторство са представени надлежно подписани разделителни протоколи.

По отношение на цитируемостта на представената от гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзийска научна продукция са налице 3 цитирания в страната и 8 цитирания чужбина в реферирани публикации, повечето от които в престижни международни издания.

От така представената по-горе подробна справка е **видно, че по вид и обем представената научна продукция** на кандидатът гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзийска **отговаря напълно на изискванията** на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за неговото приложение и вътрешните правила на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

По отношение изискванията на вътрешните правила на ЮЗУ „Неофит Рилски“ за заемането на академичната длъжност доцент“, може да се отбележи също така, че гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзийска членува в следни три научни организации в България и чужбина: (i) Euro-Asia Tourism Studies Association (EATSA) – член на комитета на учредителите; (ii) International Association of Cultural and Digital Tourism (IACuDit); (iii) Българска камара за образование, наука и култура (БКОНК).

III. Оценка на съдържанието и разработеността на отделните публикации, представени за участие в конкурса

По отношение на представените монографии и глави от книги, както вече беше посочено по-горе са представени 2 бр. публикации, както следва:

(i) **Монография със заглавие „LOCAL PRODUCTS AND FESTIVALS – THE TOURISM PERSPECTIVE**, Унив. изд. „Н. Рилски“, 2015, Благоевград, Автор: Илинка Терзийска, Обем 131 стр., Номер от списъка на публикациите: 1.1.

Представеният труд е посветен на една сравнително слабо застъпена в научните изследвания област – фестивалите за местни продукти, като вниманието е насочено към туристическото измерение на явлението. Състои се от три глави, увод и заключение.

В увода е посочена актуалността на разглежданата тематика, представена е целта и са обосновани използваните в изследването методи.

Първа глава е посветена на местните продукти в качеството им на ресурс за развитие на фестивален туризъм. Направен е опит за дефиниране на понятието, както и класификация на местните продукти, като за база е използвана класификацията на нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО, която е допълнена с още две категории, съобразно спецификата на предмета. В отделни точки е направено пълно описание на местните продукти за област Благоевград и областите Смолян, Кърджали и Хасково, като последните

три са обединени поради съпадението на характеристиките им по отношение на разглежданата тема.

Втора глава разглежда теоретични въпроси, свързани с концептуализирането на фестивалния туризъм, като е направен преглед на научната литература по въпроса. Главата завършва с извеждане на характеристиките на добрите практики във фестивалната област, на база на които са идентифицирани три добри практики от региона.

Трета глава се основава на проучвания, проведени от автора в рамките на проект „Local products Festivals and Tourism development in cross-border cooperation Greece-Bulgaria” (LOFT), финансиран по Европейска програма за териториално сътрудничество Гърция – България 2007-2013г. Използваните методи са онлайн анкетно проучване и кабинетен анализ. Въз основа на получените в хода на емпиричното изследване резултати се обобщават проблемите в развитието на фестивалната област. Второто проучване хвърля светлина върху структурата на фестивалната дейност в четирите области, като за критерии са използвани централната тема на изследваните фестивали, тяхната продължителност и обхватът им (местни, регионални, национални и международни). Направен е и анализ на избрани фестивали.

(ii) Глава със заглавие **„FESTIVALS FOR LOCAL PRODUCTS IN SOUTHERN BULGARIA: THE PERSPECTIVE OF ORGANIZERS**, публикувана в монографията **„Tourism and culture in the age of innovation“**, Изд. „Springer“, 2016, автор: Илинка Терзийска, общ обем на собствените страници: 14 стр., Номер от списъка на публикациите: 1.4.

Главата представя резултатите от проучването обхваща фестивалите за местни продукти в четири области в Южна България, реализирано по Проект „LOFT”. Тъй като основната цел на проучването е да бъдат идентифицирани текущите проблеми и тенденции в тази сфера, избраната перспектива е тази на организаторите, които са използвани за респонденти в онлайн анкетно проучване. Анкетната форма е изпратена с имейл до изчерпателен списък с организатори на фестивали в четири области в южна България, а постигнатото ниво на откликване е 39,6 %. Анкетната карта съдържа въпроси от затворен тип, свързани с очакваните и възприемани ползи от събитието, профил на посетителите и участниците, финансиране, промотиране, организация на събитието, автентичност на предлаганите продукти.

Във основа на резултатите от проучването са идентифицирани следните проблемни области: недостатъчно публично-частни партньорства, сравнително незадоволителни резултати при привличането на туристи и промотирането на местния бизнес, трудности при финансирането, неефективна реклама и ниско ниво на автентичност.

По отношение на представените учебници и учебни помагала, както вече беше посочено по-горе са представени 2 бр. публикации, както следва:

(iii) **Учебник със заглавие „ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НА МАЛКИЯ БИЗНЕС“**, Изд. „Лангов“, Благоевград, 2012, Автори: Мадгерова, Р., Г. Георгиев, Е. Карашранова, Ил. Терзийска и др., Общ обем на собствените страници 12 стр., Номер от списъка на публикациите: 1.1., теми 2, 5 и 6 от единадесета глава.

Учебникът е разработен в рамките на проект „Трансгранични вертикални оси на предприемачеството и подкрепа на младежи и жени“ по Европейската програма за териториално сътрудничество „Гърция – България 2007 – 2013 г.“ и включва въпроси, свързани с организацията и управлението на малкия бизнес. Тема 2 от единадесета глава разглежда въпроси, свързани с културния туризъм – същност, подвидове, , категории културно наследство. Пета глава разглежда понятията туристическа мотивация, туристическа удовлетвореност и качество в туризма, основните типове туристи според мотивацията им за предприемане на пътуване, както и факторите, които оказват влияние върху туристическата удовлетвореност. Представени са моделът на Плог (психоцентрици и алоцентрици), Американския индекс за туристическа удовлетвореност, моделът на Юн и Юизал . Шеста глава е посветена на сувенирната индустрия и ролята ѝ в развитието на туристическата дестинация. Включва дефиниция на понятието „сувенир“, класификация на сувенирните продукти, характеристики на успешния сувенир, възможности за пласмент.

(iv) **Учебник с наименованието „МАРШРУТИ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ“**, Изд. УИ „Неофит Рилски“, 2015, Благоевград, Автор: Илинка Терзийска, Общ обем 123 стр., Номер от списъка на публикациите: 1.3

Учебникът е предназначен за студенти, обучаващи се в професионално направление 3.9 „Туризъм“, но би могъл да се ползва като наръчник и от предприемачи в сферата на туристическата индустрия, както и от студенти в други професионални направления, които имат отношение към туристически дейности и допълнителни услуги.

Първа глава е въвеждаща и е посветена на културния туризъм, като макар да отчита многообразието от ресурси за културен туризъм, фокусът е поставен върху културното наследство в неговите две основни прояви – материално и нематериално. Отделено е и специално внимание на културните пътища на Европа и културните коридори на Югоизточна Европа, поради голямото им значение за развитието на туризма не само неорганизираните му форми, но и като основа за създаване на туристически продукти от туроператори.

Втора глава е посветена на организираните пътувания в сферата на културния туризъм. Разглежда се възникването и историческото развитие, различните форми под

които доставчиците на културни турове (туроператори и туристически агенции) осъществяват дейността си, обърнато е специално внимание на разновидностите на културните турове, като теоретичната част е илюстрирана с примери. Втората част разглежда процеса на планиране и осъществяване на маршрут за културен туризъм, с акцент върху маркетинговия микс.

Трета глава разглежда винените турове като специализирана форма на маршрути за културен туризъм. Текстът включва информация за спецификите на винения туризъм, както и за особеностите на винопроизводството в България и. Въз основа на контент анализ на предлагани пакети за винен туризъм в страната и чужбина е направен опит за обособяване на отделни разновидности винени турове и са изведени последните тенденции в дизайна на този вид туристически продукт.

По отношение на представените статии, както вече беше посочено по-горе са представени 2 бр. публикации, както следва:

(v) **Статия със заглавие „INTERPRETATIONS OF AUTHENTICITY IN TOURISM“**, публикувана в сп. „Science & Research“, vol. 4, 2012 г., гр. София, издание на БКОНК, Автор: Илинка Терзийска, Общ обем 11 стр., Номер от списъка на публикациите: 2.1.

Статията разглежда понятието автентичност, пречупено през призмата на туризма. Направен е преглед на основните течения в психологията, философията, изкуствознанието и етнологията, които се занимават с темата за автентичността. В сферата на туризма, по-специално внимание е обърнато на моделите на Кoen и Бътлър.

Въз основа на концепцията на Остин за думите-панталони (trouser words) и работата на Кoen е разработен собствен модел за изследване на автентичността в туризма, който се основава върху шест двойки антоними: 1) автентичност – фалшификат; 2) автентичност – комодитизация; 3) автентичност – неискреност; 4) автентичност – обезвластяване; 5) автентичност – пасивност; 6) автентичност – липса на креативност; 7) автентичност – срыв на комуникацията.

(vi) **Статия със заглавие „СУВЕНИРНА ИНДУСТРИЯ И КРЕАТИВЕН ТУРИЗЪМ“**, публикувана в сп. „Предприемачество“, бр.1 , 2012 г, Автор: Илинка Терзийска, Общ обем 11 стр., Номер от списъка на публикациите: 2.2.

Статията разглежда възможностите за включване на сувенирите и сувенирната индустрия в различни форми на креативен туризъм. Първата част е посветена на особеностите на сувенирната индустрия – дефиниция на понятието сувенир, класификация на сувенирите, характеристики, които правят сувенира привлекателен за туриста. Следва изясняване на понятието креативен туризъм и кратка история на развитието на този вид

алтернативен туризъм. Въз основа на типовете потребителско преживяване от теорията на Пайн и Гилмор са изведени и представени в табличен вид възможностите за предлагане на сувенири като елемент на креативен туризъм.

(vii) **Статия със заглавие „STUDY ON SOME FACTORS FOR HEALTHY NUTRITION ENVIRONMENT IN RESTAURANTS IN SOUTHWESTERN BULGARIA“**, публикувана в: сп. „Tourism & Hospitality Management“, Vol. 18, No. 2, 2012, Автори: Людмила Иванова, Жулиета Трифонова, Илинка Терзийска, Общ обем 8 стр., Номер от списъка на публикациите: 2.5.

Целта на проучването е да бъдат изследвани практиките на ресторанти в Югозападна България по отношение на изграждането на здравословна хранителна среда, като се обръща специално внимание на факторите, които оказват влияние.

Използваният метод е анкета, която включва респонденти (управители на ресторанти) от Благоевград, Кюстендил и Самоков. Степента на познания на респондентите за +здравословното хранене е оценена посредством петстепенна скала на Ликерт, а практиките, свързани със здравословна среда са оценени по следните аспекти: наличие на здравословни опции, информация на място, която улеснява здравословен избор, промоция и комуникиране на здравословна храна.

Резултатите от проучването показват, че персоналът на изследваните компании притежава добро ниво на познания по въпросите на здравословното хранене. Въпреки това, обаче, прилагането на здравословни практики в ресторантьорския бизнес не е достатъчно.

(viii) **Статия със заглавие „ОСОБЕНОСТИ НА БЕНЧМАРКИНГА В ТУРИЗМА“**, публикувана в сп. „Предприемачество“, бр.1-2, 2013, с. 33-40, Автори: Илинка Терзийска, Вяра Кюрова, Общ обем 8 стр., Номер от списъка на публикациите: 2.3.

Разработването на статията е провокирано от възможностите, които бенчмаркингът предоставя на предприемаческия бизнес като алтернативен метод на стратегическото планиране.

Целта на статията е да се изяснят формите на бенчмаркинга и неговото приложение в сферата на туризма. Във връзка с това са направени проучвания и анализи на литературни източници с научно и приложно значение.

Представят се виждания на различни автори за дефинирането на бенчмаркинга в сферата на мениджмънта. Отчита се, че техните възгледи се обединяват около няколко основни характеристики на бенчмаркинга. Разглеждат се видовете бенчмаркинг според предмета на сравнение и според характера и обхвата на изследването. Представени са възможностите за комбиниране на формите на бенчмаркинг и ефективността от прилагането им.

Обособени са няколко различни нива на бенчмаркинг в туризма като бенчмаркинг на туристическите предприятия, бенчмаркинг на туристически дестинации, бенчмаркинг на организации с нестопанска цел, бенчмаркинг на културни институции, бенчмаркинг на събития. Разкрити са начините за провеждане на външен бенчмаркинг анализ.

Специално внимание е отделено на инструментите, които могат да се използват в хода на проучването. Подчертава се, че инструментите с най-широко приложение, които ще придобиват все по-голяма популярност и в бъдеще, са SWOT анализ, неформален бенчмаркинг, бенчмаркинг на представянето, бенчмаркинг “най-добра практика”. Изтъква се, че прилагането на бенчмаркинга в маркетинговата дейност на предприемачите в сферата на туризма е важно условие за вземане на правилни управленски решения, свързани с усъвършенстването на бизнес-процесите и с разработване на нови продукти, както и за формиране на оптимална маркетингова стратегия.

(ix) **Статия със заглавие „CHARACTERISTICS OF TRADITIONAL FOOD – THE VIEWPOINT OF THE TOURISM BUSINESS“**, публикувана в „University of Szczecin Scientific Journal“, No. 820. Service Management, 14 (3): 123–130, Автори: Людмила Иванова, Жулиета Трифонова, Илинка Терзийска, Общ обем 8 стр., Номер от списъка на публикациите: 2.6.

Целта на проучването е да идентифицира представите за традиционна кухня на заетите в ресторантьорския бизнес и да оцени значението, което те придават на основните ѝ характеристики. Използваният метод е онлайн анкета, разпратена до 120 собственици на хотелски ресторанти в Югозападна България, с получени 34 валидно попълнени анкетни карти. Резултатите показват, че най-важните характеристики на традиционната храна според респондентите са популярност в рамките на даден регион, автентичен начин на приготвяне, сравнително дълга история на консумация и приготвяне. Постоянното добро качество, безопасност, здравословност и добър вкус са сред характеристиките, които ресторантьорите се опитват да осигурят. В същото време, нивото на предлагане екологично чиста продукция е изключително ниско.

(x) **Статия със заглавие „АНАЛИЗ НА ДЕЙНОСТТА НА ТУРОПЕРАТОРСКИТЕ КОМПАНИИ В БЪЛГАРИЯ“** публикуван в сп. „Предприемачество“, бр.2, 2014 г., Автори: Илинка Терзийска, Вяра Кюрова, Общ обем 10 стр., Номер от списъка на публикациите: 2.4.

Целта на проучването, представено в статията е да хвърли светлина върху някои основни тенденции в развитието на туроператорската дейност в България, като насочи вниманието към следните въпроси:

- Дял на културния туризъм в общите продажби;

- Дял на чуждестранните клиенти;
- Основни изпращащи пазари;
- Общ профил на клиентите (структура на компанията – сами, с приятели и т.н., етап от жизнения цикъл – младежи, активна възраст, пенсионери);
- Начин на осъществяване на продажбите;
- Съдържание на предлаганите пакети;
- Сътрудничество с местните общности и власти.

За целта е проведено е извадково анкетно проучване, като генералната съвкупност включва всички действащи туроператори и туристически агенции в България. За източник е използван Регистъра на регистрираните туроператори и туристически агенти.

По отношение на представените научни доклади на конференции, издадени в сборници, както вече беше посочено по-горе са представени 2 бр. публикации, както следва:

(xi) Доклад със заглавие „**CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT: A CASE STUDY IN BULGARIAN ARCHITECTURAL RESERVES**“, публикуван сборника от Международната научна конференция „Cultural Road Via Pontica – Cultural Tourism Without Boundaries“ 21-25.09.2012, изд. „Гей Либрис“, С., 2012, с. 110-114, Автор: Илинка Терзийска, Вяра Кюрова, Общ обем 5 стр., Номер от списъка на публикациите: 3.1

Предмет на доклада е опазването на културното наследство в архитектурните резервати в България (бел. авт. понятието „архитектурен резерват се ползва за удобство, то вече не присъства в действащия Закон за културното наследство). Изследването е фокусирано върху баланса между материалното и нематериално културно наследство.

Разработката се основава на анкетно проучване на мненията на признати експерти в опазването на културното наследство в България. Проучването е извършено сред 44 респонденти от следните професионални области: етнология и фолклор; опазване на културното наследство, археология, история, средновековна история, културна антропология.

Изяснена е същността на термина „управление на културното наследство“, както и дейностите, които то включва.

Прави се сравнителен анализ на управлението на културното наследство в три дестинации, които се отличават със значителен културен ресурс. Сравнителният анализ на управлението на културното наследство се прави на базата на показателите: идентификация и документация на материални културни ценности; опазване/реставрация на материалните културни ценности; представяне на материалните културни ценности; идентификация и документация на нематериалното наследство; интерпретиране и представяне на

нематериалното наследство; партньорство с научни институции; партньорство с туристически организации; партньорство с културни организации; образователни програми за специалисти по културно наследство; целенасочена политика за запазване на автентичността на културния облик.

Изводите акцентират върху необходимостта от ориентиране на усилията към нематериалните културни ценности и към съчетаване на нематериални с материални елементи с оглед на опазване и възстановяване на автентичната атмосфера.

(xii) Доклад със заглавие **„НЯКОИ ОСОБЕНОСТИ И ПРОБЛЕМИ В РАЗВИТИЕТО НА АЛТЕРНАТИВНИТЕ ВИДОВЕ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ“**, публикуван в сборник с доклади от Черноморски туристически форум „Еко-туризмът - нашето зелено бъдеще“, Варна 3 октомври 2013 г., Автор: Георги Георгиев, Илинка Терзийска, Общ обем 18 стр., Номер от списъка на публикациите: 3.2.

Докладът разглежда неизползвания потенциал на алтернативните форми на туризъм в България, с ясен фокус върху екологичния, културния и селския туризъм. Отделено е специално внимание на развитието на тези форми на туризъм в защитените територии под NATURA 2000 в планинските области в България.

(xiii) Доклад със заглавие **„WINE TOURISM IN BULGARIA: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES**, публикуван в „Wine tourism in Bulgaria: challenges and opportunities, Collected papers from the International tourist forum “SPA and WINE”, Sandanski – Corfu, 16-20 October 2014, Автор: Илинка Терзийска, Георги Георгиев, Общ обем 6 стр., Номер от списъка на публикациите: 3.3.

Докладът разглежда развитието на винения туризъм в България, като авторите правят опит да идентифицират основните недостатъци и да предложат начини за преодоляването им. Проучването съчетава количествен и качествен анализ, черпейки информация от официалните сайтове на туристически агенции и туроператори, занимаващи се с винен туризъм, както и статистически данни.

Анализът на вторични данни показва, че в сравнение с водещите страни производители в Европа, България сериозно изостава в производството на вина със ЗНП и ЗГУ, липсва маркетингова дейност (включително реклама) на винения туризъм в България. Предлагащите от туроператори винени турове включват твърде малко на брой посещения, сравнено със световната практика и почти никакви допълнителни услуги (дегустации на местна кухня, запознаване със занаяти и др.) Положителна тенденция е създаването на нови винарни, които предлагат конкурентоспособен продукт.

(xiv) Доклад със заглавие **„LINKING TRADITIONAL CUISINE AND TOURISM“** публикуван в „Proceedings of Eleventh International Conference 2014 SMART

SPECIALIZATION OF BULGARIA“, 13-14 June 2014, Sofia, pp. 1064-1072, Автор: Илинка Терзийска, Георги Георгиев, Общ обем 10 стр., Номер от списъка на публикациите: 3.4.

Гастрономията като цяло и в частност традиционната кухня играят важна роля в туризма поне в три различни аспекта – обогатяване на имиджа на дестинацията, повишаване удовлетвореността на клиента (качеството на храната е основен фактор в това отношение) и не на последно място – храната и виното могат да бъдат основен двигател за предприемане на пътуване, като по този начин самите те се превръщат в атракция.

Този доклад разглежда връзката между местната храна и туризма и начините, по които дестинацията може да се възползва от своето кулинарно наследство. Отделено е внимание на мястото на традиционната кухня в системата на нематериалното културно наследство, както и нейното опазване. Като пример за добра практика в това отношение е представено движението „Slow Food“.

(xv) Доклад със заглавие **„WORLD INTANGIBLE HERITAGE ALONG VIA ADRIATICA“**, публикуван в „Proceedings of the international conference “Cultural corridor Via Adriatica – cultural tourism without boundaries”, 15-19 October 2015, Trogir, Croatia, Автори: Илинка Терзийска, Георги Георгиев, Общ обем 8 стр., Номер от списъка на публикациите: 3.5

Докладът разглежда концепцията за културните коридори на Югоизточна Европа. Както е видно и от заглавието, фокусът е поставен върху нематериалното наследство по културен коридор Виа Адриатика. Представен е маршрутът и основните точки през които преминава културният коридор, както и културно-историческите пластове, които могат да бъдат открити по неговото направление.

Използваните в проучването методи анализ на документи и обработка на вторични данни. Направен е анализ на националните системи за опазване на нематериалното културно наследство в страните, през чиято територия преминава коридорът. Съставен е изчерпателен списък на елементите на Световното нематериално наследство по протежението му, като е посочена и специфичната област на проява на всеки от тях. Установено е, че преобладаващият брой елементи (42 %) попадат в категорията „Социални практики, ритуали и празници“, следвана от „Изпълнителски изкуства“ и „Традиционни занаяти“ (29 % всяка).

Една от основните препоръки в доклада е по-ефективно сътрудничество в областта на опазването на нематериалното наследство на държавите в региона.

(xvi) Доклад със заглавие **„МЕСТНИ ВИНА ПО ПОРЕЧИЕТО НА СТРУМА – ПОТЕНЦИАЛ ЗА РАЗВИТИЕ НА ВИНЕН ТУРИЗЪМ“**, публикуван в Публикация в сборник с доклади на международна конференция „ТУРИЗЪМЪТ В ЕПОХАТА НА

ТРАНСФОРМАЦИЯ”, 6-7 ноември 2015, Варна, Автори: Илинка Терзийска, Десислава Павлова, Общ обем 8 стр. , Номер от списъка на публикациите: 3.6

Докладът разглежда вината от местни сортове горзде по поречието на река Струма (лозаро-винарски регион „Долината на Струма”) и значението им за развитието на винен туризъм. Представени са резултатите от проучване сред собственици / управители на винарни, което цели да разкрие присъствието на местни сортове в предлагането, както и основни трудности, които винарните срещат при предлагането на туристически дейности.

Проведеното проучване показва, че местните вина са по-скоро пренебрегвани от производителите (четири от общо шест анкетирани винарни не отглеждат местни сортове), като в същото време почти всички респонденти са на мнение, че те трябва да бъдат опазвани. Незадоволителна е оценката за дейността на институциите, отговорни за развитието на винен туризъм, който е пряко зависим от състоянието на инфраструктурата, обучените кадри и специалисти, и популярността на местните сортове, като за основна пречка се посочва недостатъчната реклама както в страната, така и в чужбина.

(xvii) Доклад със заглавие **„WORD OF MOUTH COMMUNICATION IN EVENT TOURISM“**, публикуван в „Proceedings of the 6th International Conference Cultural corridor Western TransBalkan Road – Cultural Tourism without Boundaries, Meteora – Lefkada, 29.09 – 03.10.2016“, Автори: Вяра Кюрова, Илинка Терзийска, Общ обем 7 стр., Номер от списъка на публикациите: 3.7.

Устната реклама е един от най-ефективните маркетингови инструменти за популяризиране на даден продукт и привличане на нови клиенти и макар явлението да е широко дискутирано в научната литература, що се отнася до индустрията на събитията и събитийния туризъм, изследвания липсват. В опит да запълни тази празнина, настоящето проучване разглежда въпроси, свързани с профила на посетителите на Фестивала на маскарадните игри в Перник, източниците на информация, ползвани преди посещението, време и канали на споделяне на информация от страна на посетителите.

Резултатите от проведената анкета сочат, че устната реклама / препоръка от близки и познати, както и впечатленията от предишно посещение са най-важните източници на информация и фактори при вземане на решение за посещение на фестивала, а офлайн устната реклама има два пъти по-силно влияние от тази онлайн. Други промотативни канали като телевизия, радио, вестници, брошури и туристически информационни центрове не оказват почти никакво влияние в процеса на вземане на решение.

(xviii) Доклад със заглавие **„TRADITIONAL CRAFTS AND TOURISM IN BULGARIA - PROBLEMS AND OPPORTUNITIES“**, публикуван в „Proceedings of the International conference “Problems and perspectives of hilly-mountain areas”, 12-15 September

2013, Ohrid“, Автор: Илинка Терзийска, Общ обем: 7 стр., Номер от списъка на публикациите: 3.8.

Статията разглежда възможностите, които традиционните занаяти предоставят за развитието на туризъм в селските региони. Разгледано е мястото на занаятите в системата от елементи на нематериалното наследство и на база на моделите на Пайн и Гилмор (икономика на преживяванията) и Грег Ричардс (креативен туризъм) са идентифицирани различните форми, в които традиционните занаяти могат да присъстват в туристическото предлагане. Направен е и преглед на състоянието на занаятчийството в България, както и мястото му в туризма и са очертани основните проблеми.

Препоръките включват повишаване на вниманието към по-активно ангажиращи туриста форми на предлагане като демонстрации и курсове, изграждане на маркетингова политика, създаване на база данни за съществуващите възможности и др.

(xix) **Доклад със заглавие „MASTERPIECES OF INTANGIBLE HERITAGE IN THE COUNTRIES OF SOUTHEAST EUROPE AND TOURISM DEVELOPMENT“**, публикуван в „Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013, ToKnowPress“, Автори: Георги Георгиев, Илинка Терзийска, Общ обем: 7 стр., Номер от списъка на публикациите: 3.9

Докладът разглежда режима за опазване на нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО, както и значението му глобален и регионален мащаб. Очертани са основните тенденции и са представени елементите на нематериално наследство в региона на Югоизточна Европа, като специално внимание е обърнато на тези в България.

(xx) **Доклад със заглавие „BENCHMARKING WINE REGIONS – THE CORE WINE PRODUCT DIMENSION“**, публикуван с сборника от конференция „2nd Annual Conference of EATSA, 26-30 June 2016, Lisbon, Peniche, Coimbra“, Автори: Илинка Терзийска, Десислава Павлова, Общ обем: 17 стр., Номер от списъка на публикациите: 3.10

Докладът има двойка цел – от една страна да представи рамка за бенчмаркинг на дестинации за винен туризъм, а от друга – да анализира дейностите на винарните в България с ясен фокус върху туристическото развитие.

Използваните методи включват анализ на съдържание, вторични данни от официални източници за лозаро-винарството, както и анкетно проучване сред собственици и управители на винарни от петте лозаро-винарски района в България.

Идентифицирани са редица проблеми, които възпрепятстват развитието на винен туризъм в България: твърде малък брой функциониращи винарни (включително такива, предлагащи винен туризъм), малък дял на вина със ЗНП, неефективно работно време на

винарните по отношение посрещане на туристи, малък дял на био вина, недостатъчни допълнителни услуги. От друга страна, винарните в България са в крак с международните тенденции по отношение на предлагането на настаняване, ресторантски и спа услуги. Като цяло, винарните, предлагащи туристически услуги, смятат туризма за важна част от дейността си, но не успяват да привлекат желан брой посетители, а делът на приходите от туризъм е минимален. Всички анкетирани винарни възнамеряват да инвестират в услуги / съоръжения за винен туризъм през следващите три години.

IV. Оценка на научните и практически резултати и приноси на дисертационния труд:

В представения от кандидата гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзийска научни публикации по участието ѝ като единствен кандидат в конкурс за присъждането на академичната длъжност „доцент“ по по професионално направление 3.9. Туризъм /Икономика и управление на туризма (Културен туризъм могат да се открият следните научни приноси:

1. Предложен е модел за класификация на фестивалите за местни продукти, основан на елементите на нематериалното наследство (ЮНЕСКО, Закон за културното наследство), но допълнен със специфични за явлението категории. Предложената типология обогатява както научната литература, така и ориентирани към практиката изследвания, тъй като позволява по-задълбочен анализ на структурата на фестивалната дейност, както и сравнителен анализ. (Публикация 1.2)

2. Предложен модел за анкетиране на представителите на заинтересованите страни от производството на местни и продукти и организирането на местни панаири и фестивали за развитието на трансграничната област между България и Гърция, основно областите Благоевград, Смолян, Хасково и Кърджали (Публикации 1.2 и 1.4.). Предложеният модел и използван и за проучване на нематериалното наследство в същите тези области (Публикация 1.2.)

3. Допълнен и осъвременен е моделът на Гец и Браун (2006) за бенчмаркинг на винарски региони, като са взети предвид последните тенденции в търсенето на винен туризъм. Моделът е апробиран по отношение на първата група показатели – „Същински продукт на винения туризъм / Core wine product“, като предложената методика за оценка има както теоретична, така и практическа стойност, с оглед превръщането на бенчмаркинга на винени дестинации в систематичен процес. (Публикация 3.10.)

4. Изследвано е предлагането на винен туризъм в България. Проучването, което обхваща както винарните, така и винените турове, предлагани от туристически агенции,

допълва информацията за развитието на винения туризъм в България, която към този момент е изключително оскъдна. (Публикации 3.3, 3.6 и 3.10)

5. Предложен е модел за анализ на автентичността в туризма, който позволява изследване на явлението през призмата на заинтересованите страни в културния туризъм – местна общност, туристи, доставчици на туристически услуги, културни институции. Моделът е приложим за цялото многообразие от продукти на културния туризъм – от обекти на материалното културно наследство до елементи на нематериалното наследство и специални събития. (Публикация 2.1.)

Така формулираните научни приноси на кандидата са дело на **самостоятелни и целенасочени научни търсения и доразвиват в теоретичен и практичен аспект съществуващото научно познания в сферата на икономиката и управлението на туризма.**

V. Критични бележки, препоръки и въпроси:

По отношение на представените научни публикации и съпътстваща документация по конкурса от кандидата гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзийска, могат да се отправя и някои критични бележки и препоръки, **които не намаляват в никакъв случай** качеството на представените научни разработки, **но би следвало обезателно да бъдат взети под внимание при бъдещата работа и научни търсения на кандидата:**

1. В обобщената справка за научните публикации са допуснати известни неточности и по конкретно по броя на научните статии и научните доклади. Това се дължи на използването на твърде сложна таблична класификация, присъща за времето, когато действаше Висшата атестационна комисия (ВАК) и беше присъщо по научните конкурси да се извеждат доста често изкуствено завишени „наукометрични показатели“;

2. Добре би било в уводната част на някои от публикациите, които с в резултат на участието на кандидата в международни научноизследователски проекти да се засият анотациите, че същите публикации са резултат от проведените изследвания именно по тези проекти и да се изкаже съответната благодарност към екипа от колеги и/или организации, съвместно с които те са работени.

VI. Заключение:

Въз основа на така представените обстоятелства в точки I, II, III и IV **заявявам своята еднозначна висока положителна оценка** на представените научни публикации и научна активност на кандидата гл. ас. д-р Илинка Сергеева Терзийска. Считаю, че същите отговарят в пълна степен на изискванията на ЗРАСРБ, Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и

вътрешните правила за академично развитие на ЮЗУ „Неофит Рилски“ и препоръчвам на уважаемите членове на научното жури да гласува за присъждането ѝ на академичната длъжност „доцент“ по професионално направление 3.9. Туризъм /Икономика и управление на туризма (Културен туризъм), обявен в Държавен вестник бр. 61 от 05 август 2016 год. .

10.11.2016 г., гр. Благоевград

Рецензент:

(доц. д-р Преслав Димитров)