

Резюме

на научните публикации на **Мария Златкова Станкова**

I. Хабилитационен труд

Станкова, М. (2019). Анализ и диагностика в контекста на конкурентоспособността в туризма, Университетско издателство при ЮЗУ „Неофит Рилски”, Благоевград, ISBN 978-954-00-0202-6, 303 стр.

Монографичният труд, представен като основен (в качеството му на хабилитационен) аргументирано изследва важната за туризма проблематика във връзка с конкурентоспособността, представяйки методология за анализ и диагностика, така че да се способства процеса на стратегическо осигуряване. Разработен като монография, трудът се отличава със своята структура, състояща се от въведение, пет части, изводи и обобщения, използвана литература. Важна съставна част на изследването са и петте приложения, обобщаващи емпиричния материал, използван за нуждите на анализа и диагностиката.

Отделните пет части представляват обособени модули, които в своята цялост, задават изследователската рамка и подчертават значимостта на факторния анализ, приложен за нуждите на туристическата индустрия, анализа и диагностиката на конкурентоспособността. В тях се представят спецификите на туризма и туристическата дестинация. Изследват се и се излагат позитивните и негативни ефекти от развитието на туризма. Разглеждат се още и различните класификации за туристическата дестинация като локализация на потребяването на туристическите услуги. За изясняване на туристическото изживяване се проучва базовия терминологичен апарат и са разграничени отговорностите на заинтересованите от развитието на туристическата дестинация субекти.

Специално внимание в монографичния труд е отделено на приомите на системния и факторния анализи при детайлно представяне на наличната научна литература по тематиката и извеждането на тенденциите в развитието ѝ. Акцентът е поставен върху приложните аспекти на факторния анализ във връзка с конкурентоспособността в туризма и туристическата дестинация като негова пространствена идентификация. На тази база са диагностицирани релациите на конкурентоспособността с удовлетвореността на туристите, туристическото изживяване и привлекателността на дестинацията, както и тежестта на отделните фактори, повлияващи ги.

Изследвани и разкрити са измеренията на удовлетвореността от туристическото предлагане за дестинация България и особеностите на туристическото изживяване. Направени са изводи по отношение на дестинационната конкурентоспособност и устойчивост. Заключават се, че средата, в която се развива туризма е силно динамична и това провокира състояния на заплаха и несигурност и за да се постигне устойчивост и стабилност, индустрията на туризма в България трябва да следва ясен курс на развитие и управление по отношение на конкурентоспособността.

С оглед на това, се предлага подход за целенасочено ориентиране на стратегическото планиране в контекста на конкурентоспособността, съобразен и поставен в рамките на устойчивостта. Конструиран е нарочен модел, интерпретиращ постановката на клъстерния подход към туризма, във връзка с конкурентоспособността, нейното постигане и поддържане с ангажиране на всички заинтересовани страни в сектора. Защишава се позицията, че привлекателността на туристическата дестинация, успешното позициониране на туристическия продукт и конкурентоспособността в туризма са взаимно свързани и обуславящи се. Авторската позиция е, че за да бъде конкурентоспособна туристическата дестинация, всички заинтересовани от нейното развитие страни следва с общи усилия да идентифицират елементите, определящи дестинационния облик: от първопричините, провокирали туристическия интерес към даден район до предлаганите услуги и поддържащите дейности.

II. Самостоятелни монографии

Станкова, М. (2009). Усъвършенстване управлението на туристическата дестинация, Издателство „Авангард-Прима“, София, сс. 386, ISBN 978-954-323-597-1

Монографичният труд изследва основен аспект за туризма, какъвто е конкурентоспособността на туристическата дестинация и нейното повишаване. Структуриран е около експликация на теоретичните въпроси на туристическата дестинация и ползва и обобщава официални статистически данни, въз основа на които извежда конкретни тенденции. Отделно внимание е предоставено на методологическите въпроси във връзка с конкурентоспособността на туристическа дестинация. Разработката предлага усъвършенствана методология за оценка конкурентоспособността на туристическата дестинация, базирана на методологическия инструментариум на проф. Манол Рибов за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическия продукт. Фокусът обаче, е поставен върху анализа на конкурентоспособността като ключов компонент на методиката за анализ на туристическата дестинация. За нуждите на разработката и с цел илюстриране на авторското предложение са оценени и съпоставени 7 туристически дестинации - конкуренти, в рамките на регион Европа. Анализът е за дестинациите Банско, Боровец и Пампорово в България, Тирол в Австрия, Кортина д'Ампецо в Италия, Кранска Гора в Словения и Улудаг в Турция. Емпиричната част на изследването е базирана на оценка по шест параметъра, така че да се установи изменението на конкурентоспособността на дестинация Банско, в съпоставка с конкурентите ѝ в Европейски план. Паралелно на нея е предложен и анализ на конкурентоспособността на туристическата дестинация на ниво дестинация-държава, изведен чрез Индекса за конкурентоспособност на туристическата индустрия, представян от Световния икономически форум.

Изследването очертава тенденции, с основна цел, да илюстрира методиката за анализ конкурентоспособността на туристическата дестинация. И тъй като фокусът е дестинация

Банско, се предлагат стратегически варианти за усъвършенстване на управлението ѝ. Базирани са на проактивен стратегически подход при отчитане на индивидуалните интереси и цели на заинтересованите от развитието на дестинацията страни. По-конкретно, апробирани са два крайни сценария за усъвършенстване управлението на дестинация Банско - усъвършенстване управлението чрез развитие на алтернативни форми на туризъм и чрез развитие на конгресен и фестивален туризъм. Изведени са ползите и негативите от възприемането им. Установено е, че нито един от тях не е в състояние да отговори на изискванията за устойчив туризъм. Устойчивият туризъм трябва да има устойчиви резултати, валидни за цялата общност на територията на дестинацията, и което е най-важно, трябва да осигури устойчив растеж на икономиката. За целта е предложен трети сценарий - насочен към развитие на дестинацията като цяло, не към отделен сегмент, при който планирането и стратегията имат валидност за цялата ѝ територия.

III. Монографии в съавторство

Станкова, М., С. Кирилов (2011). Стратегии за устойчив туризъм, Университетско издателство при ЮЗУ „Неофит Рилски”, Благоевград, ISBN: 978-954-680-794-6, сс. 256 от които собствено авторство на стр. 4-43; 156-233.

Съдържанието на монографичния труд е разпределено в главите: Встъпителни думи, „За природата на устойчивостта”, „Хаосът като проекция в съвременния пазарен ред”, „Законодателни норми и практики във връзка с устойчивия туризъм”, „Екотуризмът в контекста на устойчивостта”, „Относно потенциала за развитие на екотуризм в защитените територии”, „Постановка на проблема за устойчивото управление на туризма”, Заключение и Използвана литература.

Разпределението им между авторите е направено в началото на разработката. М. Станкова е разработила първа и пета глава. В тях е извършен подробен анализ на дефиниции за устойчивост, устойчиво развитие, устойчив туризъм, екологичен туризъм и редица други термини. Изследвани са международни и национални законодателни норми, документи и практики, касаещи опазването на околната среда, устойчивото развитие, устойчивия туризъм и в частност екотуризма. Конкретно са разгледани екологичния, гео и селския туризъм. В туристическата практика те се приемат за „отговорна” форма на туризъм, концептуално ориентирана към създаване на ситуации, при които обекта на туризма – контакта с природата, оценяването на природната красота, чувството на спокойствие, доброто физическо състояние и пр. – е възможно да бъде предпазен от отрицателни влияния. С оглед на това, че предлагат задоволяване на потребностите на потенциалните туристи по природосъобразен начин са представени възможности и добри практики за практикуването им.

IV. Участие в колективен монографичен труд

Stankova, M. & S. Kirilov (2019). ENVIRONMENTAL EDUCATION AND EDUCATIONAL SUSTAINABILITY (THE CASE OF RILA NATIONAL PARK, BULGARIA). CHAPTER FOURTEEN in Research, Development and Education in Tourism, Cambridge Scholar Publishing, ISBN (10): 1-5275-3719-6, ISBN (13): 978-1-5275-3719-4, pp. 228-240, https://books.google.bg/books?hl=en&lr=lang_en&id=3I2pDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA228&ots=yh8Z9JzNS_&sig=DnOJ--_wZYn90zO5EpQXeF18HhU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Проблемът за устойчивото развитие и опазването на околната среда стои пред съвременната човешка цивилизация, придобивайки с течение на времето все по-голяма актуалност и острота. Влиянието на екологичния фактор върху обществения живот, във всичките му измерения на икономически, политически, социален, биологически и пр., става все по-осезаемо. От друга страна, „устойчивото“ образование, би следвало да е приоритет за Българската образователна система, ориентирайки учебното съдържание към практически програми и добри практики по съответните образователни области, поставени във връзка с устойчивостта. Още повече, че при въвеждане на съпътстващо специализирано обучение по устойчиво развитие се създават предпоставки за формиране на по-обширно и задълбочено изучаване на въпросите свързани с природата, културата и тяхното опазване като околната среда. Търсейки позитивните примери, така че да се зададе посоката на нужната образователна трансформация, изследването се фокусира върху установената в Национален парк „Рила“ практика на провеждане на интерпретативни занятия по устойчиво образование или т.нар. образование по околна среда. Изследването по темата показва, че потенциалът на подобни практики все още не е достатъчно използван в съществуващите у нас образователни практики, което от своя страна прави важно представянето им пред съответните заинтересовани страни и релевантни публикации.

Stankova, M., R. Pashova (2019). IMPROVING OPPORTUNITIES FOR ECONOMIC DEVELOPMENT IN PROTECTED AREAS IN BULGARIA THROUGH SUSTAINABLE TOURISM, Thematic collection of the papers of international significance “ ENHANCING COMPETITIVENESS OF NATIONAL ECONOMIES AND ENTERPRISES”, Niš, pp. 87-108, ISBN: 978-86-6139-183-5

Изследването има за цел да представи основните характерологични особености на устойчивото развитие и устойчивия туризъм, и в съответствие с режима на защитените територии в България и управленските им планове, да установи и предложи препоръки за подобряване на възможностите за икономическо развитие в тях чрез развитие на устойчиви туристически практики. Фокусът на изследване е поставен върху анализа на плановете за управление на природните и национални паркове в страната и заложените в тях дейности, които водят до повишаване на икономическата активност на прилежащите територии. В

методологично отношение е осъществен преглед на нормативната уредба и специализираните публикации по темата, както и се борави с методите на наблюдението, експертната оценка, синтеза и SWOT анализа. Обект на изследване са преди всичко категориите национални и природни паркове, тъй като за тях се установява документална обезпеченост и добре структурирани и работещи администрации, които да предоставят необходимата първична информация.

Установи се, че във всички планове за управление на националните и природни паркове в България на туризма е отделено специално място. От направените анализи е видно, че всички защитени територии в страната притежават изключителен туристически потенциал. За съжаление, все още липсва адекватна държавна и регионална политика към тези територии, които често стават жертва на икономически интереси. При все това, във връзка с тях се установяват разнообразни възможности свързани с икономически и стопански ползи за местното население чрез развитието на устойчив туризъм. В резултат, изследването способства за извеждане на конкретни възможности за икономическо развитие в разглежданите защитени територии. Идентифицира също така и необходимостта от прилагането на иновативни управленски модели за осигуряване на устойчивост в икономическото развитие в защитените територии.

Станкова, М. (2018). Постигане на устойчивост, стабилност, сигурност в туризма при взаимодействие с параметрите на конкурентоспособността (на туристическата дестинация), в колективен монографичен труд „УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ, УПРАВЛЕНИЕ И ПЛАНИРАНЕ“, Унив. Издателство „Неофит Рилски“, Благоевград, ISBN 978-954-00-0181-4, сс. 50-62

Нарастващите роля и значение на сектора на туризма за глобалната икономика и общество, едновременно с всеобхватността на пространственото му разширение, пораждат множество от предизвикателства (Великова, 2018). Пред тях се изправят туристически дестинации, туристически бизнес, превозвачи, туристи, местна общност, заедно с всички останали представители на заинтересованите от туристическото развитие страни. Най-важното сред тези предизвикателства обаче, продължава да бъде постигането на устойчивост в развитието на туризма на местно, регионално, национално и международно ниво. Но, поради факта, че съвременната туристическа индустрия е подложена на постоянни въздействия, предизвикателството на устойчивостта вече е обвързано и същевременно, зависимо, от други характеристики като стабилност и сигурност. Именно интригувано от деликатните състояния на уязвимост и устойчивост на туристическите дестинации, настоящото изследване си поставя за цел да проучи онези аспекти на сигурността, които са в състояние да повлияят устойчивостта, като набележи мерки за постигане на баланс. Основният анализ е на туристически дестинации на ниво държава, като е изведен чрез Индекса за конкурентоспособност на туристическата

индустрия, изготвян от Световния икономически форум. Анализирани са дестинация България и четири от преките ѝ конкуренти – Гърция, Турция, Хърватска и Словения. Направените в резултат изводи, са ориентирани преди всичко към добиване на по-висока степен на информираност относно възможностите за постигането и управлението на устойчивостта.

Stankova, M. & Drogala, K. (2018). COMPETITIVENESS OF THE GREEK TOURIST PRODUCT, Thematic collection of the papers of international significance “, Niš, pp. 189-209, ISBN: 978-86-6139-153-8

Туризмът е един от най-важните стълбове за гръцкия икономически растеж и приходи. Като се има предвид този факт и като се има предвид, че конкурентоспособността играе важна роля за растежа и развитието, изследването оценява конкурентоспособност на Гърция, с цел идентифициране на ключовите въпроси и предизвикателства в развитието на туристическата политика за дестинацията. Методологическият апарат, избран за изследване на конкурентоспособността на Гърция като туристическа дестинация, и туристическия продукт, който предлага, може да се характеризира като комплексен, включително и по отношение на изготвяне на концептуалната рамка, с която се борави. Използват се количествени данни въз основа на анализи на първични данни на Асоциацията на гръцките туристически предприятия (SETE) и докладите за конкурентоспособността в сектора на пътуванията и туризма, публикувани от Световния икономически форум, както и от наблюдения и заключения във връзка с проявления на тенденции на международния туристически пазар. При избора на методология са взети предвид спецификата на целта на изследване, спазването на принципите на прецизност и обективност. Изследването предлага въвеждане на рамка на национална туристическа политика за дестинация Гърция, фокусирана върху разработването на интегрирана програма за развитие на туризма, на национално и регионално ниво, която ще бъде реалистична, постижима и хармонизирана с целите на ЕС, за да се развие ефективно гръцката туристическа индустрия и ефективно и да повиши своята международна конкурентоспособност. Проучването е практически ориентирано дотолкова, доколкото е предназначено за всички, които се интересуват от развитието и конкурентоспособността на туристическите дестинации, тенденциите на туристическия пазар и направените в това отношение констатации и заключения по отношение на дестинация Гърция. Оригиналността му произтича от постигането на определени научни резултати по отношение на конкурентоспособността на туризма чрез обогатяване на съществуващите знания в тази област, съсредоточено върху опита на дестинация Гърция.

Станкова, М. (2018). Рекреационният ресурс на туристическата дестинация, в колективен монографичен труд „Рекреацията – начин на осигуряване“, Издателска къща „Авангард Прима“, София, сс. 270-317, ISBN 978-619-160-976-5

Очевидно е, че никоя цел на туриста не би се реализирала, ако липсваха необходимите ресурси. Рекреационните ресурси, определяни като съвкупност от природни и изкуствено създадени от човека обекти, са с особено значение и изискват специфичен подход тогава, когато са главна предпоставка за производството на туристическия продукт. Тази констатация обуславя необходимост от намиране на удачна концептуална форма за устройство и управление на туристическата дестинация, с която да се обхванат ключовите аспекти на рекреационните дейности и устойчивото усвояване на рекреационните ресурси по територията ѝ. Правилното географско ситуиране от своя страна е предпоставка за ефективно използване на рекреационните ресурси за все по-пълно задоволяване на потребностите на населението и ръста на благосъстоянието му, едновременно със съблюдаването на принципите на устойчивостта.

Stankova, M. & Ivanova, V. (2017). SUSTAINABLE AND COMPETITIVE TOURISM PERSPECTIVE THROUGH EFFECTIVE TOURISM PLANNING, Thematic collection of the papers of international significance “Enhancing Micro and Macro Competitiveness – Possibilities and Limitations”, Niš 2017, pp. 101-117, ISBN 978-86-6139-138-5

Туризмът е една от многото дейности, които изискват планиране и координация. В миналото планирането на туризма обаче е често недооценявано. Както е и често срещано погрешното схващане, че планирането на туризма означава просто насърчаване на откриването на нови хотели в дадена зона, насърчаване на повече полети на авиокомпаниите, облекчаване на граничните преходи с автомобил, реализиране на промоционална кампания и след това преброяване на приходите от пристигналите туристи. Опитът на дестинациите през последните десетилетия показва, че това е наивен подход за развитие. Приемайки подобно становище като отправна точка, основната цел на изследването е да се проучи значението на ефективното планиране на туризма за осигуряване на икономическа изгода и устойчивост за туристическа дестинация.

Осигуряването на тази цел се постига чрез използване на съществуващата методология на планирането като процес на координиране на инициативи за постигане на нови условия. Получените резултати очертават ключовите области на значението на ефективното планиране на туризма за осигуряване на икономическа изгода и устойчивост, подчертавайки, че туризмът трябва да се развива и управлява по контролиран, интегриран и устойчив начин, основан на доброто планиране. Практическото значение и оригиналността му се изразяват най-вече в

използването на планирането като подход, при което туризмът може да генерира устойчиви икономически ползи за даден район, без да създава сериозни екологични или социални проблеми.

Stankova, M. & Vasenska, I. (2017) IMPROVING DESTINATION MANAGEMENT EFFECTIVENESS, Niš 2017, pp. 135-160, ISBN: 978-86-6139-136-1

Световната общественост е изправена пред глобални проблеми, засягащи интересите на държави и обществени системи и свързани до голяма степен с установяване на траен мир, опазване на околната среда и предотвратяване на природни бедствия. Те, както и произтичащите от тях последици, оказват съществено влияние върху всички страни от живота на хората. Респективно, имат неминуеми проекции върху индустрията на туризма, където нито една туристическа дестинация не може да бъде напълно защитена от различни ситуации на заплахата.

Съобразявайки това, главната цел на настоящата разработка е насочена преди всичко към идентифициране на съществуващите и потенциални заплахы на макро ниво – световното пазарно пространство, като ги проектира на микро ниво – туристическата дестинация, така че да установи подходящите подходи за повишаване ефективността на дестинационния мениджмънт.

Методологията на изследване, бидейки съобразена с поставената цел, включва преди всичко литературен преглед, индукция и дедукция, наблюдение, анализ и синтез. Същевременно, поради спецификата на проучваната материя, към нея се прилагат също принципите на съответствие, на допълнителност, на приемственост и на трансформация.

Резултатите показват, че заплахите, част от тях известни, а други трудно прогнозируеми, застрашават периодично туристическите дестинации. При все това, дестинациите могат да инвестират в разработване на стратегии за ограничаване на ефектите от проявлението им, както и за възстановяване. Изучаването на минали събития, може да се използва като базов фундамент за построяването на алгоритъм за овладяване на подобни събития в бъдеще.

Проучваната тематика е особено актуална за индустрията на туризма, която е силно уязвима спрямо заплахы и едновременно с това, е впечатляващо витална. По темата са налични публикации, но при все това тя остава поле за нови разработки, като практическата и обществената ѝ полза е от значение.

Станкова, М. (2017). Креативност и популяризиране на културата, Глава 14 в Епохи на Креативността, Издателска къща „Авангард Прима“, София, сс. 213-267, ISBN 978-619-160-804-1

България има огромен потенциал за развитието на културен туризъм. В страната ни се намират многобройни исторически и културни паметници, къщи с уникална възрожденска архитектура, останки от древни градове, крепости, гробници, впечатляващи църкви и катедрали. Част от културния туризъм са празниците, обичаите и занаятите в различните краища на страната

ни, които се спазват и до днес. Местната кухня, народните песни и танци, традициите и всичко онова, което можем да обобщим с думата фолклор, също се причислява към културния туризъм. Този богат туристически ресурс, свързан с българския фолклор, с националния ни бит и обичаи, може да се ползва в различни посоки, с цел мотивиране на потенциални туристи и развитие на силен културен туризъм. Така гостите на страната ни могат да се запознаят с традиционни стопански дейности по нашите земи – производство на вино и розово масло; да участват в курс по традиционен български занаят – бродерия, плетиво, дърворезба, грънчарство и други; да изучават автентичния български фолклор; да се потопят в магията и мистиката на българските обичаи.

Занаятите и обичаите в България имат вековна предистория, но днес те изпълняват ролята на носител и крепител на народните ценности и притежават свойството да привличат с уникалността и тайнството на своето изпълнение. Тази тяхна роля би могла да бъде използвана и да се насочи към удовлетворяването на потребностите на посетители и туристи от познание и обогатяване на емоционалния и духовен свят.

Станкова, М. (2016). Туристическите дестинации и устойчивото развитие в колективен монографичен труд „Съвременни тенденции в развитието на туризма“, Издателство „Тракия-М“, сс. 127-165, ISBN:978-619-700-317-8

Тематиката за туристическите дестинации и тенденциите в тяхното развитие е особено актуална, но също така и широкообхватна. В резултат на промените в нагласите на посетителите, в международното туристическо пространство набират популярност нов тип дестинации. Нарастващото свободно време, стремежът към природосъобразен стил на живот, поддържането на повече социални контакти, необходимостта да се живее по-активно и по-съзнателно формират новите ценности на модерния потребител на туристически услуги. В тези условия, интересът към тенденциите в развитието на туристическите дестинации е провокиран до голяма степен от възможностите за интегриране на концепцията за устойчивост в стратегическата рамка, касаеща факторите работна сила, природна и антропогенна среда, технологии и иновации.

Устойчивият ръст в търсенето на туристически услуги в последните години е убедителен довод в подкрепа на тезата, че туризма следва да е приоритет в икономическото развитие на страните, притежаващи нужния потенциал. Този смисъл следва и изложението на Талейб Рифай, генерален директор на СТО, който отбелязва, че туризма може да играе ключова роля по отношение на икономическия растеж, особено в момент, в който много страни от Европа и Северна Америка се борят за стабилизиране и осигуряване на нови работни места. При все това, независимо от положителните тенденции, нестабилността на световната икономика е достатъчно основание дестинациите да са предпазливи.

V. Студии в рецензирани томове

Станкова, М. (2014). Конкурентоспособността на туристическата дестинация във факторния анализ, „Наука и общество”, Годишник на научни трудове на БКОНК, София, сс. 58-94, ISBN 1314-5436

Тематиката за туристическите дестинации и тенденциите в тяхното развитие е особено актуална, но също така и широкообхватна. В резултат на промените в нагласите на посетителите, в международното туристическо пространство набират популярност нов тип дестинации. Нарастващото свободно време, стремежът към природосъобразен стил на живот, поддържането на повече социални контакти, необходимостта да се живее по-активно и по-съзнателно, формират новите ценности на модерния потребител на туристически услуги. В тези условия, интересът към тенденциите в развитието на туристическите дестинации е провокиран до голяма степен от възможностите за интегриране на концепцията за устойчивост в стратегическата рамка, при отчитане на основни факторни влияния.

VI. Учебници и учебни помагала

Станкова, М. (2010). Осигуряване на устойчив туризъм в туристическата дестинация, Университетско издателство при ЮЗУ “Неофит Рилски”, Благоевград, сс. 248, ISBN 978-954-680-719-9

Изданието разглежда основни интерпретации на концепцията за устойчиво развитие в рамките на макросредата, водещите принципи и стратегиите за постигането му. Отделя внимание на специфичните взаимовръзки между екологията и устойчивото развитие, с акцент върху трите основополагащи аспекта на интерпретиране на концепцията за устойчиво развитие – икономически, социален и екологичен. Извежда ограниченията, възпрепятстващи устойчивото развитие, както и конкретни рекомендации във връзка с възприемането на концепцията за устойчиво развитие. Илюстрирането на принципите на устойчивото развитие в туризма, е постигнато чрез проследяване появата и развитието на геотуризма като форма на алтернативен туризъм.

Учебникът включва знания, необходими за изясняване на характерологичните особености на устойчивото развитие и тяхното имплементиране в конкретни туристически практики. Разглеждайки световните тенденции, авторът е очертал и предпоставките за бъдещото устойчиво развитие на дестинация България в международното туристическо пространство.

Станкова, М. (2006). Алтернативен туризъм: организационни принципи и управленски практики, Унив. Издателство „Неофит Рилски“, ISBN 978-954-680-452-5

Съвременният туризъм е масово социално-икономическо явление. В световен мащаб, той е третият по значение източник на валутни постъпления, след износа на петрол и автомобили. Тенденцията е в началото на XXI в. да излезе начело.

Анализирайки динамиката на основните икономически показатели за развитие на туризма, може да се направи извода, че през последните петнадесет години той се е развивал с високи темпове. Дори в условия на неблагоприятна глобална конюнктура и периоди на икономическа криза в световното стопанство, туризмът е запазвал положителните си тенденции за растеж.

В този смисъл, успехът на туристическите дейности до голяма степен е свързан именно със състоянието на околната среда, сред която протичат. Връзката между туризма и природната среда е двустранна. Осъзнаването на екологичните проблеми от туристите доведе до действия в обществения и частния сектор, които имат за цел да се борят с проблемите, възникнали вследствие на туристическата дейност. Секторът отговаря на желанието за по-добра грижа за околната среда по няколко начина, а именно:

- развитие на устойчиви туристически стратегии в обществения сектор и основаването на Асоциации по проблемите на околната среда в частния сектор;
- развитие на различни кодекси по ръководство и индивидуални регулиращи мерки от частния сектор;
- набор от съвместими действия на международно, национално и местно ниво, свързани с изследването на туризма и проектите, които тестват неговото правилно и целесъобразно развитие;
- предлагане на нови туристически продукти, насочени към любителите на алтернативния туризъм.

Станкова, М., В. Хаджикотев (2007). Счетоводно-информационно осигуряване на туристическата агенция, гл. 1 и 2, приложение 1 и 2, Издателска къща „Авангард - Прима”, С., сс. 119, ISBN 978-954-323-344-1

Учебникът осигурява знания и формира компетентности у студентите във връзка с счетоводно-информационно осигуряване на туристическата агенция. При създаването на една туристическа агенция е необходимо да се предвидят и преценят всички възможни страни от развитието ѝ - организационна, финансова, кадрова и пр. Да се изведат основните пътища за нейното развитие, най-важните въпроси, проблеми и начините за тяхното решаване. В тази посока, изданието има за цел да проследи движението на информацията в туристическото предприятие (на примера на туристическата агенция) като формира представа за предполагаемия обем на бизнес начинанието не само от финансова гледна точка, но и по отношение на организационните, структурните и съдържателните аспекти. За да се постигне по-голяма сигурност в прогнозите, се предлага рамка за пре-анализиране на фирмената стратегия чрез предварително разработен въпросник, съобразно характера на дейност и избрания целеви пазар.

Станкова, М. и колектив (2010). Устройство на туристически дестинации в България, Учебно помагало под общото ръководство и редакция на М. Станкова, Университетско издателство при ЮЗУ “Неофит Рилски”, Благоевград, авторство на М. Станкова глава първа – сс.5-28 ISBN - 978-954-680-718-2

Учебното помагало (практическо ръководство, базирано на проект за туристическо райониране на България към 2009-2010 г.) е разработено в съответствие с учебния план на специалност „Туризмъ” за ОКС „Бакалавър”. Предназначено е да осигури учебния процес с необходимите учебни материали.

Разработената от Мария Станкова част от учебното помагало е от първата въвеждаща точка и третира особено актуалните проблеми за организиране и устройство на туристическите дестинации. Посветена е на проблематиката на туристическото райониране, като са разгледани добрите практики на водещи туристически дестинации и е проследен разволя на процеса на районирането за дестинация България. На базата на подробно сравнение са очертани възможностите и перспективите в туристическата политика за изследваната дестинация България.

VII. Статии в научни списания

M STANKOVA, C AMOIRADIS (2020). THE SYSTEMIC CRISIS AND THE NEED FOR SUSTAINABILITY: AN OVERVIEW. Management Research & Practice, Volume 12, Issue 1, pp. 15-26 available from <http://mrp.ase.ro/index.htm>, indexed in Emerging source citation, in WEB OF SCIENCE

Настъпването на информационната ера, заедно със стремежа за икономически растеж доведе до множество системни промени в екосистемата. Така въпросът се отнася до устойчивостта на околната среда или екологичната устойчивост, т.е. касае задоволяването на нуждите на човечеството като население, без това да се отразява на здравето на цялостната екосистема (Morelli 2011). Следователно, устойчивостта следва да се разглежда в широк смисъл, развит в организационен контекст и съобразно икономическите, социалните и екологичните измерения на обществото (Kleindorfer et al. 2009; Melville 2017). Изследването в случая се занимава с концепцията за устойчивост, поставена в контекста на пет основни аспекта, включващи екологична, социално-икономическа, политическа, гносеологична и психологическа заплаха. Целта е да се анализират причините за неспособността на екосистемата да поддържа активни икономически дейности и да илюстрира необходимата концепция за устойчивото развитие. Проследяването им започва от възникването на идеята за устойчивостта, обхваща теориите на XX век, както и по-късната му съвременна форма, като се отчитат ограниченията за растеж, и се предлага устойчиво развитие като решение на проблема на растежа.

Dimitrov, M. & M. Stankova (2019). ENHANCING THE DESTINATION IMAGE THROUGH PROMOTING POPULAR RIVER CRUISE DESTINATIONS, Vol 7 (2019): CBU International Conference Proceedings 2019 / Economics and Business, DOI: <https://doi.org/10.12955/cbup.v7.1340>, indexed in WEB OF SCIENCE

Секторът на круизния туризъм се разраства и в двата му подраздела: речни и океански круизи. Най-популярните дестинации за речен круиз в Европа са свързани с исторически места около големи реки като Дунав, Рейн, Волга и други. Един круизен маршрут се състои от няколко туристически дестинации, част от които добре познати за круизния турист, но и от други, не толкова познати като се създава обща туристическа дестинация, комбинираща различни пристанища за посещения. Най-известните сред тях като Париж, Виена, Санкт Петербург са именно основната атракция за туристите. Круизните пътувания включват и пристанища, с които туристът не е запознат, преди да ги посети. Така, речните круизни туристи имат възможност да открият по-малки градове в държавата, през който минава маршрута или да посетят нова страна като туристическа дестинация. За районите, в които туризмът (речния круизен) е в много ранен етап на развитие, е изключително важно да се създаде уникален образ на дестинацията, който да повлияе на бъдещия избор на туристите и да ги върне обратно.

В тази връзка, изследването се фокусира върху основната цел за проучване на нагласите на туристите, пътуващи по два европейски речни круизни маршрута, техния опит и удовлетвореност от посещаваните дестинации. Изследванията имат научно приложен характер, очертавайки определени нагласи, които биха представлявали интерес за бизнеса, опериращ речни круизни дестинации. Получените резултати показват, че популярните градове са дърпащ фактор за речния круизен туризъм. Интегрирането им в туристическата оферта като част от дългосрочното туристическо планиране би донесло ползи на дестинацията, като допринесе за създаването на уникален и атрактивен имидж и нарастваща популярност.

Stankova, M., K. Drogala (2018). National tourism competitiveness: a comparative research between Greece and Bulgaria through the last decade, Journal of Science & Research”, Vol. 11, 2018, издание на БКОНК, ISSN 1314-295, pp. 51-67.

Статията има за цел да проучи и анализира конкурентоспособността на туристическата индустрия на туристическите дестинации Гърция и България като съседни страни. Предмет на изследване е националната конкурентоспособност на двете дестинации като се проследява изменението на избрани ключови елементи за периода на последните десет години. Обект на изследването са конкурентните позиции на всяка от дестинациите, определени от Индекса на конкурентоспособността на пътуванията и туризма, и промените в политиките и икономическите резултати, както и във факторите, които ги определят. В съответствие с обекта и предмета, за да се

постигне целта, методологията на изследването се придържа към сравнителния анализ, синтеза и индукцията, като напълно следва методологията на Световния съвет за пътувания и туризъм, използвана при определяне на индекса на конкурентоспособността на пътуванията и туризма. Със своя анализ, резултати и заключения проучването е полезно за всички заинтересовани страни, които се следят развитието на българския и гръцкия туризъм.

Stankova, M. & Iv. Vasenska (2017). Tourism destination competitiveness models Tourism and Travelling (open-access Journal) Volume 1, 2017 Issue #1, pp. 58-64, <https://businessperspectives.org/author/mariya-stankova>

В наши дни туризмът е един от малкото сектори, който създава работни места в големите български градове и големи туристически центрове, както и в селските и планинските райони, предоставяйки разнообразни възможности за над петдесет вида специалисти от различни възрасти. В тези рамки, целта на настоящото изследване е да разкрие, анализира и оцени възможностите за повишаване на конкурентоспособност в туризма на ниво дестинация чрез очертаване на модел на устойчиво планиране. Обект на изследване е конкурентоспособността на туристическа дестинация България, според Индекса за конкурентоспособност на пътуванията и туризма. Комбинирани са експертния метод и метода на наблюдение, приложими при анализа на конкурентоспособността, както и възприетата методология от Индекса. Резултатите са използвани за схематизирането на модел за устойчиво планиране и развитие за изследваната туристическа дестинация.

Dimitrov, P., M. Stankova, Vasenska, I. & D. Uzunova (2017). Increasing attractiveness and image recognition of Bulgaria as a tourism destination, Tourism & Management Studies, vol. 13, núm. 3, 2017, pp. 39-47, DOI: 10.18089/tms.2017.13305, indexed in WEB OF SCIENCE

Концепцията за атрактивност на туристическата дестинация не представлява нова тема в научната литература в областта на туризма. Напротив, вниманието на изследователите към нея е привлечено от 60-те години на миналия век. От наличната литература обаче е видно, че за един сравнително дълъг период, предлаганите интерпретации не само не довеждат до създаването на единна платформа за терминологични уточнения и оценка, а по-скоро фрагментират мнението на изследователите. Ето защо, все още интересът на много автори продължава да се занимава с въпросите на идентифицирането на привлекателността на дестинацията и факторите, влияещи върху процеса на вземане на решения на туристите, за да се оцени дадена територия като желано място за почивка. Защото, атрактивността ѝ не зависи само от характеристиките на даден туристически обект и местното население, но и от възприемането на познавателния образ на туристическата дестинация. В тази връзка, публикацията представя резултатите от две отделни проучвания, проведени успоредно от 2011 г. до 2014 г. и има за цел да очертае различните

фактори, които могат да повлияят на процеса на повишаване на привлекателността и разпознаването на имиджа на България като туристическа дестинация. Това е постигнато чрез използването на мултифакторен анализ за туристическа дестинация на България като цяло, наред с културно профилиране на емблематичната и забележителна микро дестинация за културен туризъм град Пловдив (или древния Филипопол, открит от цар Филип Втори , бащата на Александър Велики).

Stankova, M., & Vasenska, I. (2015). COMPETITIVENESS AND TOURISM DEVELOPMENT- IN SEARCH OF POSITIVE IMAGE-REPRESENTATIONS OF BULGARIA AS A DESTINATION. *Ekonomika*, 61(3), 43.

Изборът на дестинация за почивка и формирането на предпочитание към нея се основава на разпознаваем имидж, добра репутация, осведоменост за основните ѝ конкурентни предимства и оттам - важността на този имидж и репутация за конкурентоспособността. Имиджът е важна, значима част от туристическата дестинация, най-вече що се отнася до представянето ѝ пред международната аудитория, но и във връзка с влиянието, оказвано върху предпочитанията на потребителите. С оглед на това, изследването разглежда концепцията за формиране на имидж на България като ваканционна дестинация, в нейните социални и психологически перспективи. И има следните цели: (1) да предложи формирането на положителен имидж на България като туристическа дестинация и (2) да постави акцента върху културното наследство на траките. Резултатите обаче показват, че за съжаление, изградения положителен първоначален образ на България като туристическа дестинация се разминава с реалния опит на туристите при потребяването на услуги.

Stankova, M. (2012). Some remark about the tendencies and Economical benefits regarding the destination for Cultural Tourism, *Journal of Science & Research, The Bulgarian Chamber for Science, Education and Culture*, pp. , Vol. , 2012

Статията е публикувана с периодичното списание на българската камара за образование, наука и култура (БКОНК), реферирано и издавано на английски език. Посветена е на тематиката на дестинационното управление, фокусирано върху дестинациите за културен туризъм в търсене на икономическите ефекти за тях. В тази връзка, културния обмен, протичащ в рамките на дестинациите, е разгледан като пресечена точка на вътрешния и международен туризъм, чрез който се осъществява взаимно проникване между история и настояще. Приведени са основни дефиниции за културен туризъм и са изведени тенденциите в развитието му. Специално внимание е отделено на установяването на икономическите ползи от развитието на културен туризъм в дестинациите, с оглед на дългосрочните перспективи.

Станкова, М. (2012). Моделирование управления туристской дестинации (по примеру дестинации Банско), Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции, 30 марта 2012 г., Екатеринбург, Россия, сс. 247-251

Статията е публикувана в сборник с научни статии от Международната научно-практическа конференция, проведена в Екатеринбург. Целта на изследването е да проучи моделите за управление, приложими към туристическите дестинации и да предложи стратегия за управление на конкретно избраната дестинация Банско. В хода на изложението се проследява развитието на туризма в България и значението му за българската икономика. Констатира се, че съответния времеви отрязък в развитието на българската туристическа индустрия се откриват значителни екологични, социални и икономически рискове, преди всичко за вече прекомерно разрастналите се курорти. В същото време, се подчертава, че процеса би следвало да се осъществява в стратегическата рамка на устойчивото развитие. Във тази връзка, статията представя конкретен модел, който може да се приложи, за да се подобри управлението на туристическите дестинации с оглед на тяхното устойчиво развитие. Същият е изведен и се базира на интегриран подход, съобразен с общите принципи на устойчивото развитие и приложението им в управленските стратегии за туристическите дестинации. Декомпозиран е в три стратегически варианта, които са представени и защитени обосновано.

Stankova, M. (2011). Leisure time and tourism – cultural differences in Bulgaria and tourism impact, Journal of Science & Research, The Bulgarian Chamber for Science, Education and Culture, pp. 13-23, Vol. 1 (2), 2011

Статията е публикувана с периодичното списание на българската камара за образование, наука и култура (БКОНК), реферирано и издавано на английски език. Посветена е на тематиката на свободно време, като понятие пряко свързано с развлечението и почивката. Въз основа на проучвания на концепцията за свободното време се установява, че днес на хората се радват на повече свободно време и повече почивка. Този факт от своя страна определя увеличаването на възможностите за отдиш при практикуване на различни форми на туризъм. В същото време, основните причини и начина на забавление, пълноценното използване на отдиша и културата варират, съобразно особеностите на различните националности и психо-физиологични типове. Разработката се ползва от експертния и социологическия метод, както и от метода на наблюдение и анализ, приложени към концепциите за отдиша, свободното време и туризма. Целта на статията е да се проучи поведението на българите през свободното време и проявленията на културните различия при туристите във времето за туризъм. Стойностите са получени въз основа на експертни проучвания и проведени социологически допитвания. В заключение се обобщава, че българите са изключително ориентирани към дома, като за тях гледането на телевизия, в съчетание с домакинската работа, са най-типичните занимания в свободните от работа часове и

през почивните дни, последвани от разходки и срещи с приятели. Българите имат нагласата, при наличие на свободно време и разполагаеми средства, свободно да ги изразходват.

Stankova, M. (2010). National Tourism Policy, Journal of Science & Research, The Bulgarian Chamber for Science, Education and Culture, Volume 1, 2010, pp. 49-58

Статията е публикувана с периодичното списание на българската камара за образование, наука и култура (БКОНК), реферирано и издавано на английски език. В нея се изследват прогнози за бъдещето на туризма, разкриващи футуристична картина с макро и микросъстояния на колебания и несигурност, в отделни случаи на отчужденост, в следствие на очакваните промени в начина на живот и интензифицираната конкурентна борба. Внимателният им анализ насочва вниманието на към прилаганите в индустрията на туризма политики. Приема се, че в условията на комплицирани, глобализирани и в много случаи пасивно песимистично ориентирани социално-икономически отношения, индустрията на туризма се е превърнала в събирателен фокус на възможностите за бягство от реалността. Тя обединява множество икономически и социални дейности и се явява ключов икономически и работен катализатор. И преди всичко, макар и индиректно, чрез нея могат да се манипулират негативните последици от неразумното използване на природните и антропогенни ресурси, климатичните промени и не на последно място по значимост – от социално-икономическото разслоение, изострено в допълнителна степен след 2008 г. от световната икономическа криза. Ето защо, с оглед на неговата значимост за икономиката на развиващите го страни и за осигуряване на заетостта се дискутират устойчивото му управление и политики, с акцент върху България и проявленията им на национално, регионално и местно ниво.

Stankova, M. (2010). Diversification of Rural Tourism Through Partnership Approaches in Eastern Europe Destination, Perspectives of Innovations, Economics & Business, Volume 5, Issue 2, 2010, pp. 30-32, достъпно на адрес www.pieb.cz

Статията проучва възможностите за туризъм на страните от Централна и Източна Европа, наследили богата култура и традиции в селските райони. Целта ѝ е да идентифицира потенциала и възможностите за развитие на селски туризъм в този регион и по-специално в България, така че да се обезпечи благоденствието на приемащата местна селска общност. Специално внимание е отделено на малките и средни предприятия, които преобладават в бизнес структурата на ориентирани към селския туризъм западно европейски страни. За преодоляване на трудностите, които тези предприятия срещат в страните от Централна и Източна Европа, се предлага подход на коопериране и сътрудничество, при който със съвместни усилия може да се осигури нужното финансиране и да се постигнат желаните успехи.

Stankova, M. (2010). The Tourism Regions in Bulgaria – Concepts and Challenges, *Tourism and Hospitality Management, International journal of Multidisciplinary research for South-Eastern Europe*, Volume 16 Number 1, pp. 109-119, May 2010

Статията е публикувана в списание *International journal of Multidisciplinary research for South-Eastern Europe*, Хърватска. В нея се разглежда тематиката за туристическото райониране и опита и практиката на България като туристическа страна, в тази връзка. Повдига се въпроса за тяхната значимост, както и за ефективността на иницирираните маркетинговите и рекламни кампании. В детайли е разгледана официалната държавна концепцията за идентифициране на осем туристически региона по територията на страната и извеждане на тяхната специализация. Откроена е ролята на държавата и публичните организации за подпомагане развитието на туризма. Предложени отличителни туристически продукти за всеки от регионите, с оглед усвояване на наличния потенциал за туристическо развитие.

Stankova, M. (2010). Bulgarian Tourism and Niches of Customization, *Journal of Economics and Management*: 2010.15, pp. 760-764, available from <http://internet.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/15/1822-6515-2010-760.pdf>

Материалът е публикуван с специализирано научно списание и проследява тенденциите на международния туристически пазар, довели до промени в поведението на реалните и потенциални туристи. Тяхното значение е съществено и се отразява на всички участници в процеса на формирането и реализирането на туристическия продукт - доставчиците на туристически пакет, „производители“ и дистрибутори. В тази нова ситуация, изисквания към показателите за устойчивост, разнообразие и качество, гарантирани от туристическата индустрия нарастват. Затова и основната цел на доклада насочва вниманието към дестинация България и намира израз в идентифициране на тези промени. Чрез обобщение, вследствие на направените коментари и проучени мнения на специалисти, се изказва становището, че България е малко позната, сигурна и стабилна туристическа дестинация, разположена в близост до Западна Европа. В същото време, утвърждаването ѝ като такава за алтернативен туризъм, е условие за устойчиво икономическо и социално развитие с грижа за околната среда.

Stankova M., Kirilov, S. Environmental Education Best Practices for Children in Rila Mountain, Bulgaria. *Journal of Balkan Ecology*, vol.13, No 3, 2010, ISSN 1311-0527 pp. 247 – 251

Статията е опит за подобряване на методите на преподаване по екология и опазване на природата. С помощта на мултимедийни презентации, провеждане на интерпретационни екологични екскурзии, игра и симулации, иновативни техники в екологичното образование в Рила планина могат да се получат положителни резултати във връзка с устойчивото образование, устойчивото развитие и устойчивия туризъм. Предложени са възможности за бъдещо развитие и

модернизиране на образователните програми, насочени към установяване на по-високо качество на учебния процес в началните, средните и висшите училища.

Предлагат се и някои иновативни методи за екологично образование като посещение на място, групов дискусия, анализ на ситуацията, игра на роли, теренно проучване, екологични игри и работа по проекти.

VIII. Публикации от участия в научни конференции

Stankova, M., Iv. Vassenska, D. Uzunova. (2017). Evaluation of traditional crafts and customs' importance as resources for cultural tourism in destination Bulgaria, INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE CONTEMPORARY TOURISM – TRADITIONS AND INNOVATIONS, Celebrating the 50th Anniversary of the Establishment of Tourism Program and the 45th Anniversary of the Geography of Tourism Department 19 – 21 October 2017, Sofia, Bulgaria

Налице е световна тенденция за създаване на ново отношение към националните ценности, поради отварянето на границите между страните и нарастващия процес на инвазия на чужди културни влияния. В тази световна обстановка, многообразието от култури предизвиква все по-голям интерес. Този интерес е пряко свързан с туризма, тъй като се явява един от стимулите за осъществяването на множество туристически пътувания. В резултат, за да се отговори на търсенето на потребителите, се възраждат забравени традиции или се изобретяват изкуствено създадени пространства, организират се събития, които освен резервати на културно наследство са и популярна форма за привличане на туристи и създаване на туристически атракции. Това от своя страна е предпоставка за формирането на иновативно предлагане в сферата, което би осигурило разширяване на туристическия сезон, съживяване на местната икономика, репозициониране на туристическата дестинации. През последните години обаче, туристическият бум провокира определено безпокойство, относно начина на използване на тези обекти и постигането на баланс в районите им, между дейностите по консервирането и опазването им и развитието на туристически бизнес инициативи, които да са устойчиви. Факт е, че осигуряването на възможности за “съвместно”, дори симбиозно комбиниране на туристически потребности, локално икономическо и социално развитие, икономически изгоди за туристическия бизнес и опазване на туристическите ресурси, не се вметва в рамките на политиката, водена от ЮНЕСКО. С което, ангажира всички дестинации, търсещи специализация в културния туризъм, в “контекста” на динамично променящите се пазарни условия, нарастващ туристопоток и очаквания по отношение на него за ръст.

Станкова, М., Ив. Върсенска, К. Дрогала. (2016). Анализ на потенциала на Благоевград като туристическа дестинация за четири сезона, Черноморски туристически форум, Варна 2016, България-Туристическа дестинация за четири сезона, сс. 315-325

За да се оцени настоящата и потенциална конкурентоспособност на дестинация Благоевград, се провежда SWOT анализ. За нуждите на анализа се ползва публично достъпна информация в плановете за развитие на областно и общинско ниво. Като цяло, в тях се отбелязва стратегическото географско разположение на територията и възможностите за трансгранични връзки. Залага се на опазване на природното богатство, историческите и културни паметници, на и унаследените и културни традиции и се предвижда осигуряване на улеснен достъп до тях.

Извежда се особено важната цел, популяризирането им да провокира уважение и гордост у местното население, както и упование за бъдещето на поколенията. Разбира се, отчитат се и явните слабости за развитието на туризма като недостатъчни местни финансови възможности за реализиране на инвестиционни проекти, неадекватност на малките предприятия към изискванията на европейските стандарти, недобре развити системи за третиране на отпадъците и липса на публично-частни партньорства. Но също така и разкрива широк набор от потенциални възможности, особено в сферата на туризма и ползващи се от резултатите от изпълнението на разнообразни проекти, особено в обхвата на трансграничното партньорство. Подчертава се ефекта от изграждането на автомагистрала „Струма”, повишаването на конкурентоспособността на човешкия ресурс, при наличието на два университета, както и непосредствените ползи от усвояването на потенциала от термални води, особено в общинския център.

Станкова, М., Св. Калейчев. (2016). Приложението на информационните технологии в туризма като инструмент за персонализиране на връзката с потребителите, Черноморски туристически форум, Варна 2016, България-Туристическа дестинация за четири сезона, сс. 307-315

Навлизането на информационните и комуникационни технологии в индустрията на туризма се оказва от първостепенно значение за начина на нейното функциониране. Оказваните влияния и въздействия променят характера на съвременния туризъм и предполагат развитие на нова научна парадигма, чрез която да се обхванат всички новости, но и да се достигне до новото поколение на информацията и на технологичната конвергенция¹. Тази научна парадигма има и социални измерения, както и залага на персонализирането на туристическите услуги, като изгражда връзка с потребителите и позволява те да получат по-подходящи и удовлетворяващи ги услуги. В този контекст,

¹Information and Communication Technologies in Tourism. (2014). (Ed.) Baggio, R., M. Sigala, A. Inversini & J. Pesonen, available on 25 August 2016 from http://www.ifitt.org/wp-content/uploads/2014/05/eProceedings_ENTER2014_PhDWS-Jan17201411.pdf

настоящата разработка е опит за изясняване на ролята на информационните технологии в туризма въобще, както и на значението и влиянията им за българския туризъм, така че да способства за популяризирането му, но и за повишаването на удовлетвореността на туристите, проявяващи интерес и/или посещаващи дестинация България, независимо от сезона.

Станкова, М., Св. Калейчев (2015). Промотиране на културното наследство чрез туризма: истории от миналото и спомени от бъдещето, 7-ми Черноморски туристически форум, Сборник с научни доклади, сс. 221-230

Информирането на потенциалните посетители за привлекателността на дестинацията е от изключителна важност. Може да се разглежда като специфичен аспект на комуникационния процес, иницииран от туристическата дестинация, чиято цел е ориентирана към разпространяване информация на информация сред потенциалните и реални туристи. Всъщност, комуникацията с тях включва всички форми на информация, предназначена за времето преди, при престой и след посещение в туристическата дестинация. Трябва да се отбележи също така, че комуникацията е от голямо значение за информирането на туристите и тъй като обхваща цялостния процес по посещението на туристическата дестинация, може да бъде мощен инструмент за смекчаване на ефекта от използването на културното наследство в туристическото предложение.

Станкова, М., Ст. Кирилов (2013). По въпроса за зеления туризъм, екотуризма и управлението на националните паркове, издание на Черноморски туристически форум, Варна, 2013 г., сс. 214-229

Докладът е представен на 6-то издание на Черноморския туристически форум в гр. Варна. Фокусира се върху ролята на планирането, управлението и организирането на туризма, съобразно ефектите, ползите и негативите от неговото развитие за дестинациите и местната общност. И в тази връзка, акцентира върху алтернативите на масовия туризъм, интереса към които трайно нараства. Представят се и се противопоставят дефиниции за екотуризъм и зелен туризъм, като се използват определения на Международното екотуристическо общество, на Австралийската комисия за национална екотуристическа стратегия, на Световната туристическа организация при ООН и пр. Анализират се тенденциите в разглежданата област като се проследяват конкретни данни за броя на еко туристите и екотуристическите пътувания от началото на 90-те години на отминалия век. Цялостното концептуализиране на научната разработка се проектира към управлението на националните паркове и по-специално върху плана за управление на НП „Рила“, с оглед на съществуващите проблеми, трудности и перспективи.

Станкова, М. (2011). Туризм и устойчиво развитие – предизвикателства и перспективи за туристическата дестинация, Юбилейна научна конференция с международно участие, УНСС - София, сс. 111-120

Докладът изследва възможностите за преразглеждане на концепцията за същността на туризма, така че да се разкрият новите измерения в развитието му като насочва вниманието към разнопосочните му прояви на въздействие. Съотнасяйки проблематиката към туристическата дестинация и устойчивото развитие, по-конкретно се спира върху проявленията на геотуризма и геотуристическите практики. Защишава се позицията, че бидейки базиран на присъщите порядки на общността-домакин, геотуризмът се приема за стабилен източник на икономически ползи и социални придобивки за нейните представители. Развиващите го туристически агенции и обекти наемат местни служители и стимулират заетостта и местното производство, успоредно с развитието на редица основни социални услуги като здравеопазване и образование. И след като членовете на общността разберат ползите от геотуризма, те поемат отговорност за стопанисването на дестинацията, с което се поддържа целостта на мястото.

В заключение се обобщава, че ползите от развитието на геотуристически практики като една нова алтернатива за устойчиво туристическо развитие са безспорни. Геотуризмът допълва принципите на устойчивост чрез изграждане и засилване на географския характер на дестинацията, на нейното "чувство за място," като набляга на отличителността на местните общности, от което полза имат както посетителите, така и местното население. Геотуризмът оказва синергичен /обединяващ/ ефект. Всички елементи на географския характер заедно изграждат и обогатяват представата на туриста и неговото преживяване.

Станкова, М. (2011). Конкурентоспособност и диверсификация на дистрибуционните канали на туристическата дестинация, Юбилейна научнопрактическа конференция с международно участие "Съвременни измерения на търговския бизнес – Комуникация между науката и практиката", катедра "Търговски бизнес", СА "Д. А. Ценов" – Свищов, 11 – 13 май 2011 г., сс. 385 – 390

Докладът е представен по време на Юбилейната научнопрактическа конференция с международно участие, организирана от катедра "Търговски бизнес", СА "Д. А. Ценов" – Свищов. Резюмирано, неговото съдържание е организирано около набор от ключови елементи като: конкурентоспособност, туристическа политика, туристически дестинации, дистрибуция на туристическия продукт. Отбелязва се, че в резултат на настъпилите изменения в световните пазарни структури през изминалите двадесет години, средствата и приомите, посредством които се води битката за пазарно надмощие са претърпели значителни промени. В отговор на тях, и индустрията на туризма се преструктурира, посредством ориентиране към политики,

осигуряващи ефективност за туристическите дестинации и туристическите предприятия – доставчици и производители на туристически продукти.

На този фон, докладът се фокусира върху онези политики, които се явяват важен инструмент за едновременно въздействие върху конкурентоспособността на продукта и на провежданата дейност. Подчертава се, че тяхното практическо проявление е много сложно и свързано с постоянна или честа промяна на приоритетите и подцелите, съобразно настъпващите промени в околната конкурентна среда или област - изменения на външните и вътрешни икономически, социални, технически, технологични и други условия на функциониране, както и под влияние на субективния фактор, който задържа или ускорява разглежданите процеси.

Изготвил: М. Станкова

Abstracts of scientific publications by Mariya Zlatkova Stankova

I. Habilitation publication

Станкова, М. (2019). Анализ и диагностика в контекста на конкурентоспособността в туризма, Университетско издателство при ЮЗУ „Неофит Рилски”, Благоевград, ISBN 978-954-00-0202-6, 303 стр.

Stankova, M. (2019). Analysis and diagnostics in the context of competitiveness in tourism, University Publishing House at South-West University "Neofit Rilski", Blagoevgrad, ISBN 978-954-00-0202-6, 303 pages. (In Bulgarian language)

The monograph, presented as the habilitation publication explores the tourism-related competitiveness issues, presenting a methodology for analysis and diagnosis so as to facilitate the strategic assurance process. In structural terms it consists of an introduction, five parts, conclusions and summaries, the literature used. An important component of the study are the five applications that summarize the empirical material used for analysis and diagnostics.

The five sections are separate modules that, in their entirety, set the research framework and emphasize the importance of factor analysis applied to the needs of the tourism industry, analysis and diagnostics of competitiveness. They present the specifics of tourism and the tourist destination. The positive and negative effects of tourism development are explored and presented. The various classifications for the tourist destination as a localization of the consumption of tourist services are also considered. To clarify the tourist experience, the basic terminological apparatus is studied and the responsibilities of the stakeholders interested in the development of the tourist destination are identified.

Particular attention in the monograph is paid to the techniques of system and factor analysis in the detailed presentation of the available scientific literature on the subject and outlining the trends in its evolution. Emphasis is placed on the applied aspects of factor analysis in relation to competitiveness in tourism and tourist destination as its spatial identification. On this basis, the relations of competitiveness with the satisfaction of tourists, the tourist experience and the attractiveness of the destination, as well as the weight of the various factors influencing them, were diagnosed. The dimensions of satisfaction with the tourist offer for the destination Bulgaria and the peculiarities of the tourist experience have been researched and revealed. On this basis, conclusions are drawn regarding its competitiveness and sustainability. It is presumed that the environment in which tourism develops is very dynamic and this provokes situations of threat and uncertainty and in order to achieve sustainability and stability, the tourism industry in Bulgaria must follow a clear course of development and management in terms of competitiveness. In addition, an approach is proposed to target strategic planning in the context of competitiveness. A purpose-built model has been constructed to interpret the cluster approach to tourism in relation to competitiveness, its attainment and sustainability with the

involvement of all stakeholders in the sector. The author takes the position that the attractiveness of the tourist destination, the successful positioning of the tourist product and the competitiveness in tourism are interrelated and conditioned. She also comes to the conclusion that in order to be a competitive tourist destination, all stakeholders interested in its development should jointly identify the elements that determine the destination image: from the root causes that provoked tourist interest in an area to the services and support activities offered.

II. Independent monograph

Станкова, М. (2009). Усъвършенстване управлението на туристическата дестинация, Издателство „Авангард-Прима“, София, сс. 386, ISBN 978-954-323-597-1

Stankova, M. (2009). Improving the Management of the Tourist Destination, Avangard-Prima Publishing House, Sofia, p. 386, ISBN 978-954-323-597-1. (In Bulgarian language)

The monograph examines a major aspect of tourism, aimed at increasing the competitive position of the tourist destination. It is structured around explaining the theoretical issues of the competitiveness of a tourist destination. Official statistics data are analysed and compiled on the basis of which specific trends are drawn. Particular attention is paid to methodological issues related to the competitiveness of a tourist destination. The publication offers an advanced methodology for assessing the competitiveness of tourist destination, based on the methodological tools of Prof. Manol Ribov for analyse and assesment of competitiveness of the tourist product. However, the focus is on competitiveness analysis as a key component of the methodology for analyzing the tourist destination. For the needs of the research and in order to illustrate the author's conceptual proposition, 7 tourist destinations - competitors within the region of Europe are evaluated and compared. The analysis is for Bansko, Borovets and Pamporovo destinations in Bulgaria, Tyrol in Austria, Cortina d'Ampezzo in Italy, Kranjska Gora in Slovenia and Uludag in Turkey. The empirical part of the study is based on an evaluation of six parameters, so as to determine the change in the competitiveness of Bansko as destination, compared to its competitors in the European plan. In parallel, an analysis of the competitiveness of the tourist destinations at the destination-country level is also suggested within the annual results, derived from the Travel and Tourism Competitiveness Index, presented by the World Economic Forum.

The study outlines trends, with the main purpose, to illustrate the methodology for analyzing the competitiveness of tourist destinations. And since Bansko is the focus, strategic options are being offered to improve its management in sustainable manner. They are based on a proactive strategic approach, taking into account the individual interests and aims of the stakeholders interested in the destination development. In particular, two different scenarios have been tested for improving the management of destination Bansko - improving management by developing alternative forms of tourism

and by developing congress and festival tourism. The benefits and negatives of perceiving them are outlined. None of them are found to be able to meet the requirements for sustainable tourism. Sustainable tourism must have sustainable results that are valid for the entire community throughout the destination area and, most importantly, must ensure sustainable economic growth. For this purpose, a third scenario is proposed - aimed at the destination development as a whole, and not on a separate segment, where planning and strategy are valid throughout its whole territory.

III. Monograph is co-authorship

Станкова, М., С. Кирилов (2011). Стратегии за устойчив туризъм, Университетско издателство при ЮЗУ „Неофит Рилски”, Благоевград, ISBN: 978-954-680-794-6, сс. 256 от които собствено авторство на стр. 4-43; 156-233.

Stankova, M., S. Kirilov (2011). Strategies for Sustainable Tourism, University Publishing House at South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad, ISBN: 978-954-680-794-6, p. 256 of which own authorship on pp. 4-43; 156-233. (In Bulgarian language)

The content of the monograph is divided into the following chapters: Introductory words, "On the nature of sustainability", "Chaos as a projection in the modern market order", "Legislative norms and practices related to sustainable tourism", "Ecotourism in the context of sustainability", "Concerning the potential for the development of ecotourism in protected areas", "Formulating the problem of sustainable tourism management", Conclusion and Used literature.

M. Stankova is the author of chapters one and five. They provide a detailed analysis of definitions of sustainability, sustainable development, sustainable tourism, eco-tourism and a number of other issues. International and national legislative norms, documents and practices on environmental protection, sustainable development, sustainable tourism and in particular ecotourism have been explored. Ecological, geo and rural tourism are specifically considered. In tourism practice, they are considered as a "responsible" form of tourism, conceptually oriented to creating situations in which the object of tourism - contact with nature, appreciation of natural beauty, sense of calm, good physical condition, etc. - is possible to be protected from negative influences. In order to offer the needs of potential tourists in an environmentally friendly way, opportunities and good practices for practicing them are presented.

IV. Participation in a collective monographic publication

Stankova, M. & S. Kirilov (2019). ENVIRONMENTAL EDUCATION AND EDUCATIONAL SUSTAINABILITY (THE CASE OF RILA NATIONAL PARK, BULGARIA). CHAPTER FOURTEEN in Research, Development and Education in Tourism, Cambridge Scholar

Publishing, ISBN (10): 1-5275-3719-6, ISBN (13): 978-1-5275-3719-4, pp. 228-240,
https://books.google.bg/books?hl=en&lr=lang_en&id=3I2pDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA228&ots=yh8Z9JzNS_&sig=DnOJ--_wZYn90zO5EpQXeFI8HhU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

The issue of sustainable development and environmental protection lies with modern human civilization, acquiring over time a growing relevance and sharpness. The impact of the environmental factor on public life, is becoming more and more tangible in all its economic, political, social, and biological dimensions. However, "sustainable" education should be a priority for the Bulgarian educational system by focusing educational content in practical programs and best practices on relevant educational fields on sustainability. Moreover, the introduction of accompanying specialized training on sustainable development creates prerequisites for the formation of a broader and deeper study of the issues related to nature and culture and their protection as the environment. While looking for positive examples so as to set the direction of the necessary educational transformation, the study focuses on the practice of the established Rila National Park involving interpretive classes in sustainable/environmental education. Research on the topic shows that the potential of such practices is still not sufficiently used in existing educational practices in Bulgaria, which in turn makes it important to present them to relevant stakeholders and interested audiences.

Stankova, M., R. Pashova (2019). IMPROVING OPPORTUNITIES FOR ECONOMIC DEVELOPMENT IN PROTECTED AREAS IN BULGARIA THROUGH SUSTAINABLE TOURISM, Thematic collection of the papers of international significance “ ENHANCING COMPETITIVENESS OF NATIONAL ECONOMIES AND ENTERPRISES”, Niš, pp. 87-108, ISBN: 978-86-6139-183-5

This study aims to present the main characterological features of sustainable tourism development and, in compliance with the regime of the protected areas in Bulgaria and their management plans, to identify and propose recommendations to improve economic development opportunities by developing sustainable tourism practices. The research focus is on the analysis of management plans of the natural and national parks in Bulgaria and the planned activities leading to an economic increase in the adjacent territories.

Methodologically, a review of the legal framework and specialized publications on the subject is carried out, as well as methods of monitoring, expert evaluation, synthesis and SWOT analysis are used. It has been established that in all the management plans to tourism is given a special place. From the analyses it is apparent that all studied areas have exceptional tourist potential.

Unfortunately, there is still a lack of adequate state and regional policy to these territories. However, there are various opportunities related to economic benefits for the local population through the development of sustainable tourism. Practical implication – As a result, the study contributes with concrete opportunities for economic development in the protected areas concerned. It also identifies the need to apply innovative governance models to ensure its sustainability. The originality of this study stems from the achievement of certain scientific results concerning the prospects for sustainability of

economic development in/for the protected areas in Bulgaria by enriching the existing knowledge in this field, focusing on its tourism potential.

Станкова, М. (2018). Постигане на устойчивост, стабилност, сигурност в туризма при взаимодействие с параметрите на конкурентоспособността (на туристическата дестинация), в колективен монографичен труд „УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ, УПРАВЛЕНИЕ И ПЛАНИРАНЕ“, Унив. Издателство „Неофит Рилски“, Благоевград, ISBN 978-954-00-0181-4, сс. 50-62

Stankova, M. (2018). Achieving sustainability, stability, security in tourism in interaction with the parameters of competitiveness (of the tourist destination), in a collective monograph "SUSTAINABLE DEVELOPMENT, MANAGEMENT AND PLANNING", Univ. Neofit Rilski Publishing House, Blagoevgrad, ISBN 978-954-00-0181-4, p. 50-62

The growing role and importance of the tourism sector to the global economy and society, together with the comprehensiveness of its spatial extension, raise a number of challenges (Velikova, 2018). They affect tourist destinations, tourism businesses, carriers, tourists, local community, along with all the other representatives of stakeholders in the tourism developing countries. However, the most important of these challenges continues to be the sustainability of tourism development at local, regional, national and international levels. And in the same time, due to vulnerability of the modern tourism industry, the challenge of sustainability is already bound and dependent on other characteristics such as stability and security. In search of the objective prerequisites for vulnerability and sustainability of tourist destinations, this study aims to examine these characteristics that are able to influence sustainability, while setting out measures for balanced development. The main analysis is on country-level tourist destinations, as shown in the Industry Competitiveness Index of the World Economic Forum. Bulgaria and four of its direct competitors - Greece, Turkey, Croatia and Slovenia - have been analyzed. The conclusions are oriented primarily towards obtaining a higher awareness for the achievement of the opportunities for sustainability management.

Stankova, M. & Drogala, K. (2018). COMPETITIVENESS OF THE GREEK TOURIST PRODUCT, Thematic collection of the papers of international significance “, Niš, pp. 189-209, ISBN: 978-86-6139-153-8

Tourism is one of the most important pillars for the Greek economic growth and income streams. Considering this fact, and bearing in mind that competitiveness plays an important role in the growth and development, the research assesses the Greek competitiveness with the aim to identify the crucial issues and challenges in the development of the tourist policy for the destination. The methodological apparatus chosen to examine the competitiveness of Greece as a tourist destination and the tourist product it offers can be characterized as complex, including drawing up a conceptual framework, using quantitative data on the basis of analyzes of primary data of the Association of Greek Tourist Enterprises

(SETE) and of the Travel and Tourism Competitiveness Reports, published by the World Economic Forum, as well as observations and conclusions based on the trends in the international tourist market. When selecting the methodology, the specifics of the purpose was taken into account, observing the principles of precision and objectivity. The research suggests a framework of a national tourism policy focused on the development of an integrated tourism development program, on a national and regional level, which will be realistic, achievable and harmonized with the EU objectives, in order to develop the Greek tourist industry efficiently and effectively and to raise its international competitiveness. The survey is practically oriented to the extent that it is intended for all those interested in the development and competitiveness of tourist destinations, the trends of the tourist market and the findings and conclusions made in this respect regarding the destination Greece. The originality of this study stems from the achievement of certain scientific results concerning tourism competitiveness by enriching the existing knowledge in this field, focusing on the experience of a destination Greece.

Станкова, М. (2018). Рекреационният ресурс на туристическата дестинация, в колективен монографичен труд „Рекреацията – начин на осигуряване“, Издателска къща „Авангард Прима“, София, сс. 270-317, ISBN 978-619-160-976-5

Stankova, M. (2018). The recreational resource of the tourist destination, in the collective monographic publication Recreation - a way of providing, Avangard Prima Publishing House, Sofia, p. 270-317, ISBN 978-619-160-976-5 (In Bulgarian language)

As it is obvious, tourist destinations could not exist and function in the absence of resources. Recreational resources, defined as a set of natural and man-made objects, are of particular importance and require a specific approach when they are a major prerequisite for the supply of tourism products. This observation determines the necessity of finding a suitable conceptual form for the organization and management of the tourist destination, which covers the key aspects of recreational activities and the sustainable utilization of recreational resources on its territory. Proper geographical positioning, on the other hand, is a prerequisite for the efficient use of recreational resources to increasingly meet the needs of the population and the growth of their well-being, while respecting the principles of sustainability.

Stankova, M. & Ivanova, V. (2017). SUSTAINABLE AND COMPETITIVE TOURISM PERSPECTIVE THROUGH EFFECTIVE TOURISM PLANNING, Thematic collection of the papers of international significance “Enhancing Micro and Macro Competitiveness – Possibilities and Limitations”, Niš 2017, pp. 101-117, ISBN 978-86-6139-138-5

Tourism is one of many activities that requires planning and coordination. In the past, tourism planning was looked at from a simplistic viewpoint. A common misconception was that tourism planning simply meant encouraging new hotels to open in an area, promoting more airline flight, easing border crossings by automobile, mounting a promotional campaign and then counting the revenue from tourists. The experience of destinations over the last decades has shown this to be naïve method of

developing. Assuming such a determination as a starting point, the main purpose of the research is to examine the importance of effective tourism planning in ensuring economic benefit and sustainability for tourist destination.

Providing this objective is achieved by using the existing methodology of planning as a process of coordinating initiatives to reach new conditions. Primarily, because planning is also a main function of the management process by means of which the guidelines of the development are set or what, when, where, by whom and how to be perform. It further defines modus operandi of for achieving the goals.

The obtained results highlight the key areas of the importance of effective tourism planning in ensuring economic benefit and sustainability, emphasizing that tourism must be developed and managed in a controlled, integrated and sustainable manner, based on sound planning.

The practical implication and originality of the paper is expressed mostly in the use of planning as approach, whereby tourism can generate sustainable economic benefits to an area, without creating any serious environmental or social problems.

Stankova, M. & Vasenska, I. (2017) IMPROVING DESTINATION MANAGEMENT EFFECTIVENESS, Niš 2017, pp. 135-160, ISBN: 978-86-6139-136-1

The global public is facing global problems affecting the interests of states and public systems, and largely related to the establishment of lasting peace, the protection of the environment and the prevention of natural disasters. They, as well as the resulting consequences, have a significant impact on all aspects of people's lives. Consequently, they have inevitable projections on the tourism industry, where no tourist destination can be completely protected from different threat situations. In keeping with this, the main objective of the present study is primarily to identify existing and potential threats at the macro level - the global market space by designing them at the micro level - the tourist destination so as to identify the appropriate approaches for increasing the efficiency of the destination management. The research methodology, being appropriate to the intended objective, includes literary review, induction and deduction, observation, analysis and synthesis. At the same time, due to the specifics of the studied subject, the principles of conformity, completeness, continuity and transformation apply to it. The findings show that the threats, some of them known, and other difficult to predict, periodically imminent tourist destinations. However, destinations can invest in developing strategies to mitigate their effects as well as to recover. Case studies can be used as a foundation for building an algorithm to capture similar events in the future. The studied topic is particularly relevant for the tourism industry, which is highly vulnerable to threats, and at the same time is impressively vital. Publications on this topic are available; nevertheless it remains a field for new developments both with practical implication and public benefit.

Станкова, М. (2017). Креативност и популяризиране на културата, Глава 14 в Епохи на Креативността, Издателска къща „Авангард Прима“, София, сс. 213-267, ISBN 978-619-160-804-1

Stankova, M. (2017). Creativity and the Promotion of Culture, Chapter 14 in the Era of Creativity, Avangard Prima Publishing House, Sofia, p. 213-267, ISBN 978-619-160-804-1. (In Bulgarian language)

Bulgaria has huge potential for the development of cultural tourism. There are numerous historical and cultural monuments in our country, houses with unique Renaissance architecture, remains of ancient cities, fortresses, tombs, impressive churches and cathedrals. Part of the cultural tourism are the holidays, customs and crafts in different parts of our country, which are still observed today. Local cuisine, folk songs and dances, traditions and all that we can summarize with the word folklore are also considered in regards to cultural tourism. This rich tourist potential, related to the Bulgarian folklore, the national life and customs, can be used in different directions in order to motivate potential tourists and to develop a strong cultural tourism offer. Thus the guests of our country can get acquainted with the traditional business activities in our lands - the production of wine and rose oil; to participate in a course in traditional Bulgarian craft - embroidery, knitting, carving, pottery and others; to study the authentic Bulgarian folklore; to immerse themselves in the magic and mysticism of Bulgarian customs.

Bulgarian crafts and customs have a centuries-old history, but today they act as the bearer and supporter of the national values and possess the ability to attract with the uniqueness and mystery of their performance. This could be used to address the needs of tourists in the knowledge and enrichment of the emotional and spiritual world.

Станкова, М. (2016). Туристическите дестинации и устойчивото развитие в колективен монографичен труд „Съвременни тенденции в развитието на туризма“, Издателство „Тракия-М“, сс. 127-165, ISBN:978-619-700-317-8

Stankova, M. (2016). Tourist Destinations and Sustainable Development in the Collective Monograph publication "Contemporary Trends in Tourism Development", Trakia-M Publishing House, p. 127-165, ISBN: 978-619-700-317-8 (In Bulgarian language)

The topics for tourist destinations and trends in their development is particularly relevant, but also widely comprehensive. As a result of changes in the attitudes of the visitors to the international tourist space a new type of destinations are gaining in popularity. The increasing free time, the desire for environmentally friendly lifestyle, maintaining more social contacts, the need to live more active and conscientiously, form the new values of the modern consumer of tourist services. In these conditions, the interest in the developments in tourist destinations is triggered largely by opportunities to integrate the concept of sustainability in the strategic framework on workforce factors, natural and anthropogenic

environment, technology and innovation. The tourist destination is a distinct area or more physical space in which a tourist spends at least one night. It includes resources (natural and/or anthropogenic) and products such as support services and attractions that can be visited or consumed within the duration of the visit. The destination also has physical and administrative boundaries set for the needs of management, and images and perceptions that presuppose its competitiveness in the market. It includes multiple stakeholders, including the local community; can be a partner and has the ability to participate in networks as part of the larger destinations¹.

The sustainable growth in tourism demand in recent years is a strong argument in support of the argument that tourism should be a priority in the economic development of the countries having the necessary potential. Therefore, it should be followed the statement of Taleb Rifai, WTO Director General, who noted that tourism can play a key role in economic growth, especially at a time when many countries in Europe and North America are struggling to stabilize and provide new jobs. However, despite the positive trends, instability in the world economy is reason enough destinations to be cautious.

V. Studies in peer-reviewed volumes

Станкова, М. (2014). Конкурентоспособността на туристическата дестинация във факторния анализ, „Наука и общество”, Годишник на научни трудове на БКОНК, София, сс. 58-94, ISBN 1314-5436

Stankova, M. (2014). The Competitiveness of the Tourist Destination in Factor Analysis, Science and Society, BCOSC Annual Scientific Papers series, Sofia, p. 58-94, ISBN 1314-5436 (In Bulgarian language)

The study focuses on the manifestations of the competitiveness of the tourist destination and its exploration in factor analysis. The topic of tourist destinations and trends in their development is particularly relevant, but also broad. As a result of changes in visitors' attitudes, a new type of destination is gaining popularity in the international tourist space. The increasing leisure time, the pursuit of an environmentally friendly lifestyle, the maintenance of more social contacts, the need to live more

¹ Станкова, М. (2003). Туроператорска и транспортна дейност, УИ „Неофит Рилски”, Благоевград сс. 89-91; виж също: Рибов, М., М. Станкова и колектив. (2008). Туристически дестинации, Издателство „Тракия-М”, София, сс. 13-43; Станкова, М. (2008). Проучване и проектиране на туристически дестинации, Издателска къща „Авангард - Прес”, София; Leiper, N. (1995). *Tourism management*. Melbourne: RMIT; Likorish, L.J., and A.G. Kershaw, 1958, *Trade Travel*, Practical Press, London; Butler, R. (1980). “The concept of the tourist area lifecycle of evolution: implications for the management of resources.” *Canadian Geographer*, 24: 5-12; Buhalis, D. (2000). “Marketing the competitive destination of the future.” *Tourism Management*, 21: 97-116; Ritchie, B., G. Crouch and S. Hudson (1999/2001). “Developing Operational Measures for the Components of a Destination Competitiveness/Sustainability Model: Consumer versus Managerial Perspectives.” In *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure* edited by Geoffrey Crouch. CABI: Wallingford; Dwyer, L., and Ch. Kim (2003). “Destination Competitiveness: determinants and indicators.” *Current Issues in Tourism*, 6 (5): 369-414

actively and consciously, shape the new values of the modern consumer of tourist services. In these circumstances, the interest in the trends in the development of tourist destinations is provoked to a large extent by the possibilities to integrate the concept of sustainability into the strategic framework, taking into account the main factor influences.

VI. Textbooks and handbooks

Станкова, М., 2010, Осигуряване на устойчив туризъм в туристическата дестинация, Университетско издателство при ЮЗУ “Неофит Рилски”, Благоевград, сс. 248, ISBN 978-954-680-719-9

Stankova, M., 2010, Providing sustainable tourism in the tourist destination, University Publishing House at South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad, p. 248, ISBN 978-954-680-719-9 (In Bulgarian language)

The textbook examines key interpretations of the sustainable development concept within the macro environment, guiding principles and strategies for achieving it. It draws attention to the specific interrelationships between ecology and sustainable development, with an emphasis on the three fundamental aspects of interpreting the concept of sustainable development - economic, social and environmental. As well as outlines the constraints that hamper sustainable development, together with specific recommendations for adopting the concept of sustainable development. Illustrating the principles of sustainable development in tourism is achieved by tracking the emergence and development of geotourism as a form of alternative tourism.

The textbook includes the knowledge necessary to clarify the characteristics of the sustainable development and their implementation in specific tourism practices. Considering the world trends, the author outlined the prerequisites for the future sustainable development of the destination Bulgaria in the international tourist area.

Станкова, М. (2006). Алтернативен туризъм: организационни принципи и управленски практики, Унив. Издателство „Неофит Рилски“, ISBN 978-954-680-452-5

Stankova, M. (2006). Alternative tourism: organizational principles and management practices, Univ. Neofit Rilski Publishing House, ISBN 978-954-680-452-5

Modern tourism is a mass socio-economic phenomenon. Globally, it is the third most important source of foreign exchange earnings, after the export of oil and cars. The tendency is to take the lead at the beginning of the 21st century.

Analyzing the dynamics of the main economic indicators for tourism development, it can be concluded that in the last fifteen years it has developed at a high rate. Even in conditions of unfavorable global trends and in periods of economic crisis in the world economy, tourism has maintained its positive growth trends.

Regarding to that, the success of tourism activities is largely related to the state of the environment in which they take place. The connection between tourism and the natural environment is two-way. Awareness of environmental problems by tourists has led to actions in the public and private sectors that aim to combat the problems arising from tourism. The sector responds to the desire for better care for the environment in several ways, namely:

- development of sustainable tourism strategies in the public sector and the establishment of Associations on environmental issues in the private sector;

- development of various codes of conduct and individual regulatory measures by the private sector;

- a set of compatible actions at international, national and local level related to tourism research and projects that test its proper and appropriate development;

- offering new tourist products aimed at lovers of alternative tourism.

Станкова, М., В. Хаджикотев (2007). Счетоводно-информационно осигуряване на туристическата агенция, гл. 1 и 2, приложение 1 и 2, Издателска къща „Авангард - Прима”, С., сс. 119, ISBN 978-954-323-344-1

Stankova, M., V. Hadzhikotev (2007). Accounting and Information Assurance for the Travel Agency, Ch. 1 and 2, Annexes 1 and 2, Avangard - Prima Publishing House, S., p. 119, ISBN 978-954-323-344-1 (In Bulgarian language)

The textbook provides knowledge and forms competencies for students in connection with accounting and information support of the travel agency. When setting up a travel agency, it is necessary to anticipate and evaluate all possible aspects of its development - organizational, financial, personnel, etc. To outline the main avenues for its development, the most important issues, problems and ways to solve them. In this direction, the textbook aims to track the movement of information in the tourism enterprise (in the example of a travel agency) by forming an idea of the alleged volume of business endeavor not only financially but also in terms of organizational, structural and substantive aspects. . In order to achieve greater certainty in the forecasts, a framework for re-analyzing the company strategy is proposed through a pre-developed questionnaire according to the nature of the activity and the target market selected.

Станкова, М. и колектив (2010). Устройство на туристически дестинации в България, Учебно помагало под общото ръководство и редакция на М. Станкова, Университетско издателство при ЮЗУ “Неофит Рилски”, Благоевград, авторство на М. Станкова глава първа – сс.5-28 ISBN - 978-954-680-718-2

Stankova, M. and co-authors (2010). Organization of tourist destinations in Bulgaria, Study aids under the general guidance and editing of M. Stankova, University Publishing House at South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad, authorship of M. Stankova Chapter One - p.5 -28 ISBN - 978-954-680-718-2 (In Bulgarian language)

The handbook (a practical guide based on a project for tourist zoning of Bulgaria to 2009-2010) has been developed in accordance with the curriculum of the specialty "Tourism" for Bachelor Degree. It is intended to provide the learning process with the necessary teaching materials.

Mariya Stankova is the author of the first part of the textbook, which is of an introductory nature, treating especially topical problems for the organization and arrangement of tourist destinations. It focuses on the issues of tourism zoning, examines the best practices of leading tourist destinations and traces the development of the zoning process for the destination Bulgaria. On the basis of a detailed comparison, the opportunities and perspectives in the tourism policy for the studied destination Bulgaria are outlined.

VII. Articles in scientific journal

M STANKOVA, C AMOIRADIS (2020). THE SYSTEMIC CRISIS AND THE NEED FOR SUSTAINABILITY: AN OVERVIEW. Management Research & Practice, Volume 12, Issue 1, pp. 15-26 available from <http://mrp.ase.ro/index.htm>, indexed in Emerging source citation, in WEB OF SCIENCE

The advent of the information age along with the quest for economic growth has brought about a plethora of systemic changes in the ecosystem. The issues of environmental sustainability or ecological sustainability, i.e. meeting the needs of human population without affecting the health of the overall ecosystem (Morelli 2011). Sustainability is thus a broad concept in organizational context and is required to be maintained in the purviews of economic, social, and environmental social dimensions (Kleindorfer et al. 2009; Melville 2017). In this paper, the concept of sustainability is analyzed in the context of its five key aspects comprising of ecological, socioeconomic, political, epistemological, and psychological crisis. The purpose of this article is to analyze the reasons of the failure of the ecosystem to sustain increased economic activities and to illustrate the necessary concept of the sustainable development. That is presented from its emergence until the theories of twentieth century and later its modern form. This is based, in the present study, on human realization of limits to growth, sustainability as the solution to growth problem, and the Brundtland Commission that shed light on growing popularity of sustainability in business ecosystem. Ecological, socioeconomic, political, epistemological, and psychological crisis are the five key aspects of the sustainability crisis, which are also discussed in the context of a theoretical approach of the issue of the present paper.

Dimitrov, M. & M. Stankova (2019). ENHANCING THE DESTINATION IMAGE THROUGH PROMOTING POPULAR RIVER CRUISE DESTINATIONS, Vol 7 (2019): CBU International Conference Proceedings 2019 / Economics and Business, DOI: <https://doi.org/10.12955/cbup.v7.1340>, indexed in WEB OF SCIENCE

The sector of cruise tourism is growing in both subdivisions: river and ocean cruises. The most popular river cruise destinations in Europe are connected with historical places around big rivers such as the Danube, Rhine, Volga and others. One cruise itinerary consists of several tourist destinations, well-known and unknown for the cruise tourist, and creates one tourist destination combined with different ports of call. The well-known ports of call such as Paris, Vienna, St. Petersburg are the main attraction for the tourists.

Among them there are some ports of calls which the tourist is not familiar with before visiting them. River cruise tourists have the opportunity to discover smaller cities in the chosen country or visit a new country as a tourist destination. For the areas where tourism is in a very early developing stage it is crucial to create a unique destination image which could influence the future choice of the tourists and bring them back.

The study focuses on the main objective of exploring the attitudes of tourists traveling on two European river cruise routes, their experience and satisfaction within the visited destinations. The research has a scientifically applied character, outlining certain attitudes that would be of interest to the business operating on river cruise destinations. Research results show that popular cities are a pull factor for river cruise tourism. Integrating them into the tourism offer as part of the long-term tourism planning would bring benefits to the destination by contributing to the creation of a unique and attractive destination image and growing popularity.

Stankova, M., K. Drogala (2018). National tourism competitiveness: a comparative research between Greece and Bulgaria through the last decade, Journal of Science & Research”, Vol. 11, 2018, издание на БКОHK, ISSN 1314-295, pp. 51-67.

This paper aims to investigate and analyze the competitiveness of tourism industry of the neighboring countries and tourist destinations Greece and Bulgaria. Research subject is the national competitiveness of the two destinations and its elements' change over the last ten years. Object of the study are the competitive positions of each of the destinations designated by the Travel and Tourism Competitiveness Index and the changes in policies and economic performance as well as in the factors determining them. Relative to the object and subject in order to achieve the purpose, the methodology of the study abides by the comparative analysis, synthesis and induction, fully following the methodology of the World Travel and Tourism Council, used in defining the Travel and Tourism Competitiveness Index. With its analysis, results and conclusions, the study would be useful for all stakeholders interested in Bulgarian and Greek tourism development.

Stankova, M. & Iv. Vasenska (2017). Tourism destination competitiveness models *Tourism and Travelling* (open-access Journal) Volume 1, 2017 Issue #1, pp. 58-64, <https://businessperspectives.org/author/mariya-stankova>

Nowadays tourism is one of the few branches which creates jobs in the big Bulgarian cities and big tourist centers as in the rural and mountain areas, providing variety of opportunities for over fifty kinds of specialists from different ages. In those frames, the aim of this paper is to unveil, analyze and evaluate the possibilities for enhancing its competitiveness at destination level through a sustainable planning model. The object of study is the competitiveness of tourism destination Bulgaria according to The Travel & Tourism Competitiveness Index. We have combined the expert method and the method of observation, applicable for the analysis of competitiveness, as well as the adopted Index methodology. Moreover, together with its comprehension, the paper suggests a model for sustainable planning and development for the surveyed tourism destination.

Dimitrov, P., M. Stankova, Vasenska, I. & D. Uzunova (2017). Increasing attractiveness and image recognition of Bulgaria as a tourism destination, *Tourism & Management Studies*, vol. 13, núm. 3, 2017, pp. 39-47, DOI: 10.18089/tms.2017.13305, indexed in WEB OF SCIENCE

The concept of tourism destination attractiveness does not constitute a new topic in the scientific literature in the field of tourism. On the contrary, attention has been brought towards it since last century's 60 years. For a relatively long period, however, the existing studies show that they not only did not lead to the creation of a single platform for evaluation, but rather have resulted in a fragmentation of the researchers' opinions. At present, numerous authors have been trying to identify the destination's attractiveness and factors influencing tourists' decision-making process to assess a given area as a desirable vacation spot. The attractiveness of the area does not only depend on the characteristics of its corresponding site and the local population, but also from tourist cognitive image perception of the destination. The present paper comprises the results from two separate studies conducted in parallel from 2011 to 2014 and it aims to outline the various factors that could influence the process of increasing of attractiveness and image recognition of Bulgaria as a tourism destination. For this purpose, a multifactorial analysis of the whole tourism destination of Bulgaria was applied alongside with a cultural profiling of an almost iconic and landmark micro destination for cultural tourism such as the town of Plovdiv (or the ancient Phillipopolis founded by the king Phillip the Second, the father of Alexander the Great).

Stankova, M., & Vasenska, I. (2015). COMPETITIVENESS AND TOURISM DEVELOPMENT- IN SEARCH OF POSITIVE IMAGE-REPRESENTATIONS OF BULGARIA AS A DESTINATION. *Ekonomika*, 61(3), 43.

Choosing the holiday destination and formatting a preference for it is based on a recognizable image, a good reputation, awareness of the main competitive advantages of a destination, and hence - the importance of this image and reputation for the competitiveness of tourist destinations. The image is an important, significant part of the tourist destination, on how to present to an international audience, but also what influences consumer's preferences. Considering this, the study examines the concept of forming an image of Bulgaria as a holiday destination, in its social and psychological perspectives. And has the following objectives: (1) to propose the formation of a positive image of Bulgaria as a tourist destination, and (2) to put the focus on Thracians culture heritage. Built on the findings that regrettably, the positive initial image of Bulgaria as a tourist destination, differs from the actual experience of tourism services for consumers.

Stankova, M., 2012, Some remark about the tendencies and Economical benefits regarding the destination for Cultural Tourism, Journal of Science & Research, The Bulgarian Chamber for Science, Education and Culture, pp. 27-33, Vol. , 2012

Domestic and international tourism is at the cutting edge of cultural exchange, providing the opportunity for insight into both the historical and contemporary life of destinations worldwide. Given its broad remit and international appeal, cultural tourism has developed to become a significant phenomenon in the travel and tourism industry. According to the International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) cultural tourism “encompasses all experiences absorbed by the visitor to a place that is beyond their own living environment”. Cultural tourism is designated as one of the largest and fastest growing global tourism markets and the cultural and creative industries are increasingly being used to promote destinations and to increase their competitiveness and attractiveness. And on that base culture and tourism are drawn out as essential tools to support the comparative and competitive advantage of regions in global markets.

Станкова, М. (2012). Моделирование управления туристской дестинации (по примеру дестинации Банско), Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции, 30 марта 2012 г., Екатеринбург, Россия, сс. 247-251

Stankova, M. (2012). Modeling of the management of a tourist destination (following the Bansko destination), Collection of scientific articles of the VIII International Scientific and Practical Conference, March 30, 2012, Ekaterinsburg, Russia, p. 247-251 (In Russian language)

The article was published in a collection of scientific articles from the International Scientific and Practical Conference held in Ekaterinburg. The purpose of the study is to investigate the management models applicable to tourist destinations and to propose a management strategy for the specific destination of Bansko. The development of tourism in Bulgaria and its importance for the Bulgarian economy is monitored during the research. It is noted that the relevant time period in the

development of the Bulgarian tourist industry reveals significant environmental, social and economic risks, especially for already over-grown resorts. At the same time, it is emphasized that the process should be implemented within the strategic framework of sustainable development. In this regard, the article presents a specific model that can be applied to improve the management of tourist destinations with a view to their sustainable development. It is derived and based on an integrated approach, consistent with the general principles of sustainable development and their implementation in the management strategies for tourist destinations. It has been decomposed into three strategic options, which are presented and justified.

Stankova, M., 2011, Leisure time and tourism – cultural differences in Bulgaria and tourism impact, Journal of Science & Research, The Bulgarian Chamber for Science, Education and Culture, pp. 13-23, Vol. 1 (2), 2011

Leisure as a concept is directly associated with recreation and relaxation. While, regarding that connection, there are differences that can be observed. Based on studies of free time can be assumed that today the workforce is enjoying increased leisure time and more holidays. This fact in turn determines the increasing opportunities for leisure by practicing various forms of tourism. At the same time, the main reasons and the way of entertainment, full use of recreation and culture are characterized by a specificity of the different nationalities and psycho-physiological types. The study is using the expert method, the sociological method and the method of observation for the analysis of concepts for leisure, free time and tourism.

The object of this study is Bulgarian people and the cultural differences in leisure time and tourism consumption in Bulgaria. The values are derived on the basis of expert researches and public sociological issues. In conclusion, it is lined up that Bulgarians are exclusively home society - television viewing combined with domestic work, are the two most widespread activities in the free hours and weekends, followed by walks and meetings with friends. Bulgarians have confidence that nothing prevents them from spending as they see fit their leisure time.

Stankova, M., 2010, National Tourism Policy, Journal of Science & Research, The Bulgarian Chamber for Science, Education and Culture, Volume 1, 2010, pp. 49-58

In conditions of complicated, globalized and in many cases passively optimistic socio-economic relations, the tourism industry has become a focal point of the opportunities to escape from reality. It combines a multitude of economic and social activities and represents a key economic and employment catalyst. Most of all, it allows, although indirectly, to manipulate the negative consequences of reckless exploitation of natural and anthropogenic resources, the climate changes and – not of the least significance – the socio-economic stratification, further aggravated after 2008 by the world economic crisis. On the other hand, the paradigm is clear – tourism is the main motive power of globalization. Its significance for the economy of developing countries and provision of employment is widely

recognized. This is also the rationale to pay, on government level, such considerable attention to the policies applied to it on national, regional and local level.

Stankova, M., 2010, Diversification of Rural Tourism Trough Partnership Approaches in Eastern Europe Destination, Perspectives of Innovations, Economics & Business, Volume 5, Issue 2, 2010, pp. 30-32, достъпно на адрес www.pieb.cz

The societies of Central and Eastern Europe (CEE) contain many and diverse rural cultures which present myriad opportunities for small-scale, high income, locally controlled tourism generation. The negative impact of political and economic change has often been significant in the region's rural areas. But with spatially and structurally dynamic mix of mass and specialist markets to target, there are increasing opportunities for rural attractions to act as a basic resource for tourism organized and sustained through locally owned small enterprises.

(3) (PDF) Diversification of rural tourism through partnership approaches in Eastern Europe destination. Available from: https://www.researchgate.net/publication/45146252_Diversification_of_rural_tourism_through_partnership_approaches_in_Eastern_Europe_destination [accessed Feb 17 2020].

Stankova, M., 2010, The Tourism Regions in Bulgaria – Concepts and Challenges, Tourism and Hospitality Management, International journal of Multidisciplinary research for South-Eastern Europe, Volume 16 Number 1, pp. 109-119, May 2010

Bulgaria's recent experience as tourism country raised the question about the importance of its tourism regions, and the effectiveness of marketing and advertising strategies. Very weak results were achieved about the "new" tourism region planning. The priority based in 2007 NTA (National Tourism Agency) – the regulator which is controlling the tourism policies in Bulgaria, defined the plan for contemporary needs about tourism planning of regions and the usage of that regions for observation, planning and tourism development. It is also about the marketing and advertising activities of the internal and external markets, moreover creating the suitable organizing structures and coordinating of advertising and its tourism policies which is separated in regions is needed. Those policies in tourism must be in regulation and stimulation.

Stankova, M., 2010, Bulgarian Tourism and Niches of Customization, Journal of Economics and Management: 2010.15, pp. 760-764, available from <http://internet.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/15/1822-6515-2010-760.pdf>

The tendencies of the international tourist market through the last few years shows some changes in the behaviour of the real and potencial tourists. These changes are significant and reflect on all participants of the process of forming and realizing the tourist product—the suppliers of the tourist package, its manufacturers and distributors. In this new situation, new, higher requirements are brought

up to the indicators for steadiness, diversity and quality, ensured from the tourism industry. For Bulgaria as tourism destination it is important to identify those changes. The country is believed to be a little known, secure and stable tourist place situated near West Europe. At the same time its setting as a destination for alternative tourism—in general—eco, cultural, rural—in separate and complex tourist product, is a condition for steady economic and social development in caring for the environment decisions.

Stankova M., Kirilov, S. Environmental Education Best Practices for Children in Rila Mountain, Bulgaria. Journal of Balkan Ecology, vol.13, No 3, 2010, ISSN 1311-0527 pp. 247 – 251

The paper is an attempt to improve the teaching methods in ecology and nature preservation. Using multimedia presentations, conducting interpretative environmental trips, plays and simulations, innovative techniques in the ecological education in Rila Mountain, positive results can be obtained regarding the environmental education sustainable development and sustainable tourism. Possibilities have been suggested for future development and modernization of the educative programs aimed at establishing higher quality of the teaching process in the primary, secondary and higher schools.

The paper is proposing some participatory and innovative methods for ecological education such as field visit, group discussion, situation analysis, role playing, field survey, environmental games and project work.

VIII. Publications from participation in scientific conferences

Stankova, M., Iv. Vassenska, D. Uzunova. (2017). Evaluation of traditional crafts and customs' importance as resources for cultural in tourism destination Bulgaria, INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE CONTEMPORARY TOURISM – TRADITIONS AND INNOVATIONS, Celebrating the 50th Anniversary of the Establishment of Tourism Program and the 45th Anniversary of the Geography of Tourism Department 19 – 21 October 2017, Sofia, Bulgaria

Globally, a trend for creating new attitude towards national values can be discerned mainly due to countries' borders opening and the growing process of foreign cultural influences penetration. Diversity of cultures produces growing interest that is directly connected to tourism as it is one of the incentives for much of tourist trips realisation. Consequently, in order to meet the consumer demand forgotten traditions are being revived either devised in artificially developed areas or in organised events, which have been acknowledged as popular form of attracting tourists and creating tourist attractions. In Bulgaria, the trend can become precondition of innovative supply formation in the sphere that could provide tourism season expansion, local economy revival and tourist destination reposition.

Regarding to that, the main aim of this research is to obtain people's awareness and attitude towards the destination's crafts and customs and their prime motives to visit particular events. The ultimate objective is to suggest to tourism stakeholder's communication channels to focus on the

Bulgarian heritage sites and custom events in order to attract large tourist's flows. The main theoretical framework of this paper involves communication related literature and the current status of Bulgaria as cultural tourism destination. The empirical part of this research includes the writers' own enquiry. This current research has been conducted applying the quantitative research method for which a questionnaire survey module was chosen.

Станкова, М., Ив. Вьсенска, К. Дрогала. (2016). Анализ на потенциала на Благоевград като туристическа дестинация за четири сезона, Черноморски туристически форум, Варна 2016, България-Туристическа дестинация за четири сезона, сс. 315-325

Stankova, M., Iv. Vusenska, K. Drogala. (2016). Analysis of the potential of Blagoevgrad as a tourist destination for four seasons, Black Sea Tourism Forum, Varna 2016, Bulgaria-Tourist destination for four seasons, pp. 315-325 (In Bulgarian language)

The report was presented at the 8th edition of the Black Sea Tourism Forum in Varna. It studies the possibilities of Blagoevgrad as a tourist destination for four seasons. In order to assess the current and potential competitiveness of the city, a SWOT analysis is conducted. For the needs of the analysis, publicly available information is used on the base of the development plans at the district and municipal level. In general, the obtained data highlight the strategic geographical location of the territory and the opportunities for cross-border links. The preservation of the natural resources, historical and cultural monuments, and the inherited and cultural traditions are also envisaged. The focus is on the particularly important goal of promoting them to inspire respect and pride in the local population, as well as hope for the future of generations. Of course, mentioned are also the identified weaknesses in the tourism development such as insufficient local financial capacity to implement investment projects, inadequacy of small businesses to meet European standards, poorly developed waste management systems and lack of public-private partnerships. But there is also a wide range of potential opportunities which are listed, especially in the field of tourism benefiting from the results of various projects, especially in the scope of cross-border partnerships, the effects of the construction of the Struma highway and the enhancement of the competitiveness of human resources in the presence of two universities.

Станкова, М., Св. Калейчев. (2016). Приложението на информационните технологии в туризма като инструмент за персонализиране на връзката с потребителите, Черноморски туристически форум, Варна 2016, България-Туристическа дестинация за четири сезона, сс. 307-315

Stankova, M., S. Kaleichev. (2016). The application of information technologies in tourism as a tool for personalization of the connection with the consumers, Black Sea Tourism Forum, Varna 2016, Bulgaria-Tourist destination for four seasons, pp. 307-315 (In Bulgarian language)

The entry of information and communication technologies into the tourism industry is of paramount importance for the way it operates. The influences and impacts exerted are changing the nature of modern tourism and presuppose the development of a new scientific paradigm, through which to cover all innovations, but also to reach the new generation of information and technological convergence. This scientific paradigm has also a social dimension, as well as relies on personalizing tourism services, building relationships with consumers and enabling them to receive more relevant and satisfying services. In this context, the study is an attempt to clarify the role of information technologies in tourism in general, as well as their importance and impacts for Bulgarian tourism, so as to promote it but also to increase the satisfaction of tourists with an interest / or visiting Bulgaria, regardless of season.

Станкова, М., Св. Калейчев (2015). Промотиране на културното наследство чрез туризма: истории от миналото и спомени от бъдещето, 7-ми Черноморски туристически форум, Сборник с научни доклади, сс. 221-230

Stankova, M., S. Kaleichev (2015). Promoting cultural heritage through tourism: stories from the past and memories from the future, 7th Black Sea Tourism Forum, Collection of Scientific Reports, p. 221-230 (In Bulgarian language)

Informing potential and actual tourists about the attractiveness of the destination is of the utmost importance. It can be seen as a specific aspect of the communication process initiated by the tourist destination, which aims to disseminate information to potential and actual tourists. In fact, communication with them includes all forms of information intended for the time before, during the stay and after visiting the tourist destination. It should also be noted that communication is of great importance for informing potential and actual tourists and, since it covers the entire process of visiting a tourist destination, it can be a powerful tool for mitigating the effects of the use of cultural heritage in a tourist offer.

Станкова, М., Ст. Кирилов (2013). По въпроса за зеления туризъм, екотуризма и управлението на националните паркове, издание на Черноморски туристически форум, Варна, 2013 г., сс. 214-229

Stankova, M., S. Kirilov (2013). On the issue of green tourism, ecotourism and the management of national parks, issue of the Black Sea Tourism Forum, Varna, 2013, p. 214-229 (In Bulgarian language)

The report was presented at the 6th edition of the Black Sea Tourism Forum in Varna. It focuses on the role of tourism planning, management and organization, according to the effects, benefits and negatives of its development for the destinations and the local community. In this connection, it also emphasizes on the alternatives to mass tourism, the interest to which is steadily growing. Definitions of

ecotourism and green tourism are presented and opposed, using the interpretations of the International Ecotourism Society, the Australian National Ecotourism Strategy Commission, the World Tourism Organization at the United Nations, etc. Trends in the area are analyzed, with specific data on the number of eco-tourists and ecotourism trips since the early 1990s. The overall conceptualization of the scientific development is designed towards the management of the national parks, and in particular on the management plan of the Rila National Park, in view of the existing problems, difficulties and perspectives.

Станкова, М. (2011). Туризм и устойчиво развитие – предизвикателства и перспективи за туристическата дестинация, Юбилейна научна конференция с международно участие, УНСС - София, сс. 111-120

Stankova, M. (2011). Tourism and Sustainable Development - Challenges and Prospects for the Tourist Destination, Jubilee Scientific Conference with International Participation, UNWE - Sofia, p. 111-120 (In Bulgarian language)

There are many different interpretations of what sustainable tourism is supposed to be. For example, Butler (1999, pg. 11) argues that sustainable tourism's ambiguity has resulted in its success because it is "indefinable and thus has become all things to all interested parties". The prominent and fast rise of sustainable tourism is demonstrated by the creation of the Journal of Sustainable Tourism in 1993. And sustainable tourism's popularity is also evident in the acceptance of it as a potential ideology for saving tourism destinations or minimizing tourism's impact on future destinations.

Sustainable tourism's success has given rise to many smaller niche definitions. Geotourism is one of them. It is a newer niche of sustainable tourism resulting in many potential research needs. And regarding to that, the purpose of this paper is to present the geotourism definition and it's potential to benefit both destinations and travelers alike by focusing tourism around the geographical character of an area.

Станкова, М. (2011). Конкурентоспособност и диверсификация на дистрибуционните канали на туристическата дестинация, Юбилейна научнопрактическа конференция с международно участие "Съвременни измерения на търговския бизнес – Комуникация между науката и практиката", катедра "Търговски бизнес", СА "Д. А. Ценов" – Свищов, 11 – 13 май 2011 г., сс. 385 – 390

Stankova, M. (2011). Competitiveness and diversification of the distribution channels of the tourist destination, Jubilee scientific-practical conference with international participation "Modern Dimensions of Commercial Business - Communication between Science and Practice",

Department of Commercial Business, Academy of Economics "D. A. Tsenov "- Svishtov, May 11 - 13, 2011, pp. 385 - 390 (In Bulgarian language)

The report was presented during the Jubilee Scientific Conference with International Participation, organized by the Department of Commercial Business, CA Tsenov - Svishtov. In summary, its content is organized around a set of key elements such as: competitiveness, tourism policy, tourist destinations, distribution of the tourism product. It is noted that as a result of the changes in the global market structures over the past twenty years, the means and techniques used to fight for market dominance have undergone significant changes. In response, the tourism industry is also being restructured by targeting policies that ensure efficiency for tourism destinations and tourism enterprises - suppliers and producers of tourism products. On this background, the focus is on those policies that are an important tool for simultaneously impacting on the competitiveness of the product and the activity carried out. It is emphasized that their practical manifestation is very complex and involves a constant or frequent change of priorities and sub-objectives, according to the changes in the environment or competitive environment - changes in external and internal economic, social, technical, technological and other conditions of functioning, as well as under the influence of the subjective factor that holds back or accelerates the processes in question.

The summary was prepared by: M. Stankova