

## **Авторска справка на научните приноси (резюмета на научни трудове) на доц. д-р Златина Караджова**

Изготвената авторска справка е във връзка с участие в конкурс за академична длъжност „професор” в област на висшето образование 7. Здравеопазване и спорт, професионално направление 7.4. Обществено здраве (Здравен туризъм) в Университет „Проф. д-р Асен Златаров” - Бургас по обявен конкурс в ДВ бр. 1 от 02.01.2024г. и на сайта на Университета на 03.01.2024г.

Справката е изготвена въз основа на научна продукция, която обхваща научни трудове, публикации, участия в научни форуми и изследователски проекти.

За целия професионално-творчески период имам общо **63 научни труда** (монографии, публикации, участия в научни форуми) и **11 участия в изследователски проекти**, от които 7 национални, 4 международни. Пълната ми научна продукция включва:

1. **1 самостоятелна монография** (хабилитационен труд);
2. **1 самостоятелна и 1 в съавторство.**
3. **1 публикувана книга, на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на ОНС „Доктор“.**
4. **Три колективни монографии;**  
**Един учебник;**
6. **1 статия, ( в съавторство на руски език) публикувана в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация – Scopus.**  
**публикации, от които: 37 статии, 1 студия, 17 доклада, представени на национални и приоритетно международни конференции. От 55 публикации, 37 са самостоятелни и 18 в съавторство, 17 на английски език и 6 на руски език.**

### **Участието ми в конкурса се базира на научна продукция, както следва:**

**научни труда**, които не повтарят тези, представени за АД „Доцент“ и са извън списъка с публикациите от дисертацията за образователната и научна степен „Доктор”. В съответствие с областта на висше образование, професионалното направление и научната специалност по обявения конкурс представям:

1. **Една самостоятелна монография** (хабилитационен труд) по показател **В.3.1;**
2. **Две публикувани монографии**, които не са представени като основен хабилитационен труд по показател **Г 5.1., Г 5.2.**
3. **Една публикувана книга**, на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на ОНС „Доктор“ по показател **Г6.**
4. **Три колективни монографии**, по група от показател **Г.9.1., Г.9.2., Г 9.3.;**
5. **Един учебник** по показател **Е 20.;**
6. **Една публикация** по показател **Г7.** (публикувана в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация (Scopus)
7. **Петдесет и четири (54) публикации** от показател **Г.8.** в пълен текст, от които: 36 самостоятелни и 18 в съавторство, 17 на английски и 5 на руски език. (публикации и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране и индексирани или публикувани в редактирани колективни томове).
8. **Участие в 7 национални и 4 международни проекти, ръководител съм на 2 (два)**

и съм член на екип на два (два) вътрешноуниверситетски научноизследователски проекта.

**8.1.Ръководител съм на работен екип на:**

**8.1.1.** Проект НИХ 428/2019 г. на тема: **“Анализ на възможностите за развитие на здравен туризъм в област Бургас”**;

**8.1.2.** Проект НИХ 443/2020 г. на тема: **“Анализ на възможностите за интегриране на морски с медицински туризъм по българското южно Черноморие”**;

**8.2. Член съм на работен екип на следните проекти:**

**8.2.1.** Проект НИХ 437/2022 г. на тема: **„Климато-балнеолечебният туризъм в Югоизточното Черноморие като управленско решение за промяна на стандартния морски туристически продукт в условия на криза“**;

**8.2.2.** Проект № НИХ 420/ 2019 **„Българската диаспора в Молдова, Унгария, Сърбия и Румъния – проблеми и предизвикателства“**.

**8.3.Член съм на работен екип на следните национални проекти:**

**8.3.1** Академичен наставник по проект BG051PO001-3.3.07-0002 **“Студентски практики” – 2013 г.**

**8.3.2** Проект BG051PO001-4.3.04-0015 **“Развитие на електронни форми на дистанционно обучение в системата на Университет “Проф. д-р Асен Златаров”, заемана длъжност “преподавател по проект на ЕСФ” – 2013 г.**

**8.3.3** Проект BG051PO001-2.1.6., **„Квалификационни услуги и обучения на заети лица – фаза 3” в изпълнение на договор N ESF-2116-01-01001 по ОП „Развитие на човешките ресурси”. Заемана длъжност по проекта: лектор, извършващ обучение по професия 342020 „Сътрудник в маркетинговите дейности”, специалност 3420201 „Маркетингови проучвания”. – 2013 г.**

**8.3.4** Проект BG051PO001-3.1.09-0011 – **„Академичното кариерно развитие – ключ към утвърждаване на университет от нов тип“ – 2013г.**

**8.3.5** Академичен наставник по проект BG051PO001-3.3.07-0002 **“Студентски практики” – 2014.**

**8.3.6** Академичен наставник по проект BG05M2OP001-2.013-0001 – **„Студентски практики“ - фаза 2, Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“ – 2016.**

**8.3.7** Участник по проект BG05M2OP001-2.015-0001 **„Ученически практики – 2”, финансиран от Оперативна програма “Наука и образование за интелигентен растеж” (ОП НОИР), занятия по създаване и функциониране на учебно-тренировъчна фирма. – 2023.**

**8.3.8** **Експерт по проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони“ финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“2014-2020, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие и национално съфинансиране“.**

**8.4.Член съм на работен екип на следните международни проекти:**

**8.4.1.** **Експерт по проект „Legends without borders)/Легенди без граници“ N СВ005.2.23.007, финансиран по програма за трансгранично сътрудничество INTERREG IPA България – Турция 2014-2020.**

**8.4.2.** *Експерт по проект „ Our Historical Heritage” N CB005.2.21.001, финансиран по програма за трансгранично сътрудничество INTERREG IPA България – Турция 2014-2020.*

**8.4.3.** *Партньорство за създаване на научно-технологични паркове в Източна Европа – SMART STP, съфинансиран по Програма за европейско териториално сътрудничество “INTERREG”, мини програма за предприемачество и иновации за малки и средни предприятия SMART+. Договор 24.08.12 – община Бургас.*

**8.4.4.** *Project: “YOUTH TOUR - Youth networking towards sustainable tourism development”CB005.1.23.010 Programme: INTERREG IPA CBC Bulgaria-Turkey ProgrammeTitle of the tender: Expertise for YOUTH TOUR club Reference number (if applicable): CB005.1.23.010-PP1-03Contracting authority: PP1 English language school “Geo Milev” Burgas.*

## **9. Забелязани са 66 цитата, 21 от тях в монографии.**

Според характера на научно-изследователската и публикационна активност основните научни и научно-приложни приноси на изследователската ми работа могат да бъдат обобщени в следните направления:

- I. Здравният туризъм като алтернатива на сезонния ваканционен за развитие предлагането на целогодишен български туристически продукт. Влияние на пандемията Ковид 19 в контекста на общественото здравеопазване. ( научни трудове и публикации по В 3.1, Г 5.1, Г 8.2, Г 8.5, Г 8.6, Г8.7, Г8.10, Г 8.11, Г8.12, Г 8.13, Г 8.14, Г 8.15, Г 8.16, Г 8.17, Г 8.18, Г 8.19, Г8.26, Г 8.38, Г 8.43, Г 8.45, Г 8.48, Г 8.49, Г 8.51, Г8.54, Г 9.1, Г 9.2.)
- II. Сигурност и безопасност на туристическия продукт, влияние на тероризма върху туризма - в контекста на общественото здравеопазване. ( научни трудове и публикации по показател Г 5.2, Г 7.1, Г 7.2, Г 8.1, Г 8, Г8.8, Г 8.22, Г 8.23, Г 8.41, Г 8.46, Г8., Г 8.47).
- III. Качество и стандарти в туризма и здравния туризъм. Връзка и зависимост между качеството на образованието и кариерното развитие.(Г 6, Г 8.3, Г8.28, Г 8.29, Г 9.3; Г 8.21; Г 8.24; Г8.25; Г8.33; Г8.34, Г8.52.)
- IV. Възможности на българските туроператори за посредничество в областта на здравния туризъм. (научни трудове и публикации по показател Г 8.9, Г 8.20, Г8.35, Г 8.36, Г 8.44, Е 20.1)
- V. Възможности за диверсифицирано предлагане и иновиране на българския туристически продукт, в контекста на устойчивото развитие и емоционално и психично здраве. Комуникационни канали за разпознаваемост.(публикации по показател Г 8.4; Г 8.27, Г 8.30, Г 8.31, Г 8.32, Г 8.39, Г 8.40, Г 8.42; Г8.50.)

*Приносите са с научно - теоретичен, научно – приложен и методологичен характер в отбелязаните области на научни интереси и са отразени в представените резюмета.*

**I. Здравният туризъм като алтернатива на сезонния ваканционен за развитие предлагането на целогодишен български туристически продукт и позициониране на България като четирисезонна туристическа дестинация за рекреация. Влияние на пандемията Ковид 19 в контекста на общественото здравеопазване. ( научни трудове и публикации по В3, Г 5.1., Г 8.2, Г 8.5, Г 8.6, Г8.7, Г8.10, Г 8.11, Г8.12, Г 8.13, Г 8.14, Г 8.15, Г 8.16, Г 8.17, Г 8.18, Г 8.19, Г 8.21, Г8.26, Г 8.38, Г 8.43, Г 8.45, Г 8.48, Г 8.49, Г 8.51, Г8.54, Г 9.1, Г 9.2.)**

*Здравният туризъм е пресечната точка на медицината и туризма, в контекста на запазване на физическото и емоционално здраве на хората. За интеграцията на туризма с медицината се дискутира още през 1963 година на XIII международен конгрес по таласотерапия във Венеция. Основните фактори за глобалното нарастване на явлениято "медицински туризъм" са **демографски** (нараства продължителността на живота, застаряване на населението), **медицински** (нараства броят на неинфекциозните социално значими заболявания, които налагат специализирани медицински интервенции), **икономически** (нараснали доходи и съществуване на мобилни здравни осигуровки), **социални** (по-достъпни информация и желание за пътуване).*

*Здравният туризъм има широко приложение с оглед на тясната си връзка с балнеологията, рехабилитацията, медицинската грижа и рекреацията. Насочен е приоритетно към превенция, рехабилитация, възстановяване и лечение на последиците от заболявания, с помощта на медицинска терапия и здравни услуги, съчетани с двигателна активност, хранителен режим и терапевтично - профилактични програми, в контекста на общественото здравеопазване.*

*Научните ми интереси в тази насока са свързани с разработване на управленски решения и най-вече стратегии за развитие на здравния туризъм, отчитане на социално-икономическия му ефект, експониране на водещата му роля след пандемията Ковид 19 на националния и международен туристически пазар. Здравният туризъм е алтернатива на стандартния и е най-голямата възможност за преодоляване на текущото на кадри в туристическата индустрия, чрез осигуряване на целогодишна трудова заетост, а природните ресурси на България позволяват страната ни да се позиционира като водеща дестинация в това направление.*

**Монографии:**

**По показател В 3 - хабилитационен труд– монография**

**В 3.1. Караджова, Зл., Рекреация и здраве-връзка и зависимост, Издателство „Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, ISBN , 2023г., с. 1-140.**

Всеизвестен факт е, че за нормално съществуване и висока ефективност на труда, човек се нуждае от редовна и пълноценна почивка. Без нея не бива да се очакват добър здравословен статус и големи трудови подвизи.

Понятието «рекреация» идва от латинската дума "recreatio", което в буквален смисъл означава "възстановяване", т.е комплекс от оздравителни дейности, извършвани с цел възстановяване на нормалното здравословно състояние и работоспособност. Човек обаче се нуждае не само от възстановяване на загубените сили при умора и труд, но и от многостранно развитие. Ето защо в по-широк смисъл на думата, под рекреационната дейност се разбира онази човешка дейност в извън работното-свободно време, която се използва за възстановяване и укрепване на физическите и морално-психическите сили, за физическото и духовно развитие на човешката личност. Рекреацията е свързана с профилактиката или предотвратяването на редица заболявания, което икономически е по-изгодно за обществото, отколкото лечението им.

Рекреационната дейност е едно от най-важните проявления на дейността на хората, необходима за техния нормален живот. Рекреацията се осъществява при най-различни условия, в дома, извън него, по време на туристическите пътувания. Тъй като ние всички сме различни индивиди, то имаме и различни начини за възстановяването на нашите сили и духовната енергия. Следователно то може да бъде два вида – активно (с управляване на различни дейности) и пасивно (почивка). Рекреологията е интердисциплинарна наука,

насочена към подобряване качеството на живот на човека и неговото здраве. Обхваща различни научни направления и методи за възстановяване и превенция на здравето. Изходна нейна позиция е, че човешкото здраве е висше благо (*valedito Bonum Optimum*).

Доброто здраве означава физически, емоционален, интелектуален и духовен „баланс“. Нарушаването на това равновесие води до влошаване на здравословното състояние. Съвременният начин на живот се характеризира с урбанизация, индустриализация и редица негативни последици за хората – намаляване на двигателната активност, хронична умора, стресови състояния, алергии, намален възрастов праг на различни заболявания и други негативи. Толкова много хора страдат от тежка умствена и физическа деградация и изоставане поради стрес. Тялото се нуждае от хармония и баланс. Въпреки това, напрегнат ритъм и грешни ценности водят до факта, че човек е принуден постоянно да бъде на ръба на своите възможности. Безпокойството прави мозъчните клетки по-нестабилни и хората, които страдат от хроничен стрес, рискуват да се изправят пред сериозни здравословни предизвикателства. Това ги принуждава да търсят и намират начини за компенсиране на споменатите негативни прояви на съвременieto ни.

Най-предпочитаното средство за рекреация сред икономически активното население е пътуването. (масов или алтернативен вид туризъм). Онова, което прави впечатление през последните години (особено след пандемията Ковид 19) е, че се увеличава групата от туристи, търсещи различното и неповторимото, т.е. насочват се към т. нар. алтернативен вид туризъм, който навлиза по-късно в сравнение с масовия, но предлага голямо разнообразие от видове и форми.

Предмет на този научен труд е експониране на връзката и зависимостта между възможностите за отдих и възстановяване на физическите и психически сили на човека и неговото здраве.

Обектът, на който се базира научното изследване е масовия (стандартен) и алтернативен (специализиран) вид туризъм.

Целта е да се докаже, че първата и основна отговорност на човека е грижата към собственото му здраве. За съжаление в съвременния бързоразвиващ се технологичен свят, поради засилващите се процеси на глобализация, здравето на индивидите е изложено на постоянен риск. Всичко това поставя пред човека предизвикателството да намери начин за справяне с тези процеси и в същото време да съхрани своето здраве чрез подходяща рекреация.

Първа глава представя на вниманието на читателя процесите, водещи до оказваща се жизненоважната рекреация за човека, а именно – индустриализация, урбанизация, хроничен стрес, синдромът „burn out“ и в крайна сметка влошено здравословно състояние. Разгледани са основни термини и са представени възможностите на стандартния и алтернативните видове туризъм за осигуряване на отдих и почивка на човешкия организъм.

Втора глава е представена от научно-практическо изследване на автора, целящо да експонира най-предпочитаните начини за рекреация, пригодността на България да се позиционира като рекреативна четири сезонна дестинация и ролята на туроператорите за нейното популяризиране като такава. Основният извод, който се налага от така проведеното от автора емпирично проучване, затвърждава водещото значение на здравния туризъм като най-предпочитан от респондентите начин за профилактика и рекреация.

Трета глава акцентира на рекламата и PR, дадени са и насоки за подобряване имиджа на страната ни като целогодишна дестинация, предлагаща прекрасни възможности за активна и пасивна рекреация.

В заключение са представени тенденциите в развитието на нашето общество и тяхното отражение върху човешкото здраве.

**Г 5.1. Караджова, Зл., Мениджмънт на здравния туризъм, Издателство „Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, ISBN 978-619-7559-20-0, 2022г., с. 1-270.**

Здравният туризъм играе ключова роля и за увеличаване на заетостта и инвестициите, чрез предоставяне на възможности за целогодишно ползване и подобряване на базата и съответно преодоляване на кадровото текучество, за екологосъобразно ползване на природните ресурси, както и съдейства за развитието на нови и вече съществуващи отрасли.

Монографията “Мениджмънт на здравния туризъм” обхваща 270 страници и е разделена на въведение, седем глави, заключение и списък на ползвана литература, представена от 149 източника, свързани в по-малка или в по-голяма степен с темата за здравния туризъм.

В първа глава, озаглавена „**Туризмът като обект на управление**“ се очертават общите постановки за дефиниране на понятието мениджмънт и ключовите моменти в областта на мениджмънта. Както подчертава рецензентът на монографичния труд по отношение на теоретичната част е направен исторически преглед и дефиниране на понятието „туризъм“, особеностите му и колаборацията му с бизнеса. Внимание е отделено на специфичните особености на туристическия бизнес като обект на управление, на основните подсистеми – хотелиерство, ресторантьорство, туроператорска/турагентска, аниматорска, както и характерните особености на туризма, които го отличават от другите социално-икономически сектори.

Втора глава „**Концепция за устойчиво развитие на туристическия бизнес**“ обхваща изключително широк кръг от въпроси, пряко и косвено свързани с изясняването на причините за възникването на концепцията за устойчиво развитие и прилагането ѝ в контекста на туризма. Внимание е отделено на ключови основания за включване на туризма в рамките на устойчивото развитие и са разгледани водещите аспекти като природни дадености, среда, и др. Анализът е разширен с принципните позиции, които трябва да дадат отговор на въпроса за същността на устойчивия туризъм в контекста на общественото здравеопазване и за основните действия, които трябва да се предприемат за неговото развитие, с предпоставките за устойчиво развитие на туризма и разглеждане на управленски методи за устойчивото развитие на туристическия продукт. В заключение на разглежданата тематика са изведени разнообразни инструменти, насочващи към устойчивост на бизнеса.

В трета глава, озаглавена „**Здравен туризъм- алтернатива за развитие на туризма в България**“ са разгледани всички специфични особености на здравния туризъм и неговите подвидове. Анализирани са различни признаци, обособяващи разнообразните подвидове – медицински, балнео, спа и уелнес, като се базират на мотивите за туристическото пътуване, видовете дейности, които се практикуват и местата, които се посещават. В заключение, в табличен вид се представя широкият спектър на туристически активности, които са интегрирани в широката концепция „здравен туризъм“.

Четвърта глава е озаглавена „**Система за управление на туристическия бизнес**“. Тя очертава рамката на фундаменталните принципи за осъществяването на управленската дейност и е извършен преглед на подходите и методите за управление на здравния туризъм. Разгледана е спецификата при прилагане на методите за управление, като важно средство за повишаване конкурентоспособността на туристическия бизнес. Извършен е преглед на функционална характеристика на системата за управление на здравния туризъм и са

дефинирани общите и специфичните функции, свързани с управленската дейност на мениджърите в здравния туризъм.

Глава пета „**Равнища и структури на управление в здравния туризъм**“ се фокусира върху анализа и различните видове организационно-управленски структури и тяхното приложение в зависимост от средата и туристическото търсене. Разгледано е и управлението на здравния туризъм на макро, мезо и микро равнище, както и елементите на макро и микрообкръжаващата среда.

Глава шеста е посветена на „**Управленски стратегии и решения в здравния туризъм**“. В нея са анализирани понятията „стратегия“ и „тактика“, разновидностите и особеностите на конкретни стратегии за управление на здравния туризъм. Обърнато е внимание на същността и видове управленски решения които мениджърът на една здравно-възстановителна организация взема в процеса на работа и детайлно са разгледани етапите при вземане на управленски решения.

В глава седма „**Управленски стратегии за развитие на здравния туризъм**“ е изяснено какво представлява понятието “франчайз” в сферата на туризма. Потърсена е спецификата на т. нар. аутсорсинг като универсален инструмент за развитие в дългосрочен и краткосрочен период от време в туристическия сектор. Уточнени са базовите предимства на аутсорсинга, свързани с намаляване на себестойността на функциите, предавани на външен доставчик. Потърсена е спецификата на дигиталния маркетинг като способ за разширяване на възможностите за реклама на здравния туризъм, чрез който да се привлекат повече туристи, да се популяризира бранда и продуктите.

Целта на този монографичен труд е да разшири и дообогати знанията по управление и устойчиво развитие на здравния туризъм, който се явява и обекта на изследване.

**В заключение се утвърждава тезата, че здравният туризъм се явява предпочитан вид туризъм от модерния човек, позволяващ му едновременно профилактика, укрепване, възстановяване и стабилизиране на неговото здраве.**

**Г 9.1. Стоянка Петкова – Георгиева, Златина Караджова, Албена Янакиева, Възможности за интегриране на морски с медицински туризъм по Българското Южно Черноморие, Изд. „Проф. д-р Асен Златаров“ Бургас, 2021, с. 1- 163, личен принос на доц. д-р Златина Караджова – въведение, глава първа, заключение, ISBN 978-619-7559-14-9.**

COVID-19 се явява силна заплаха за световната икономика, живота и здравето на хората. Пътуването с цел почивка за сега е необходимост, но не е приоритет за туриста. Липсата на сигурност в тази затруднена обстановка е основна причина за отказа от пътуване и осъществяване на социални контакти. Бързата, информирана и координирана реакция на международно и местно ниво, както и развитието на иновации и дигитализация, особено във времена на глобализация и безпрецедентна взаимно-свързаност между държавите, ще бъде ключова за възстановяването на световната икономика и бизнес.

Настоящата криза е възможност за повишаване на устойчивостта на туристическата индустрия и за засилване на екологичната и цифровата трансформация на туризма в ЕС, като се запази позицията на Европа като водеща дестинация и се увеличи максимално приносът на сектора към растежа и заетостта. За устойчивото възстановяване са необходими достъпен и по-устойчив транспорт и по-добра свързаност, интелигентно управление на туристическите потоци, диверсификация на туристическото предлагане, развитие на подходящи умения сред туристическите специалисти и повече усилия за повишаване на осведомеността за разнообразието от ландшафти и културното многообразие в Европа.

Предмет на разглеждане в настоящата монография са възможностите за интегриране на морски с медицински туризъм, а обект е Южното Черноморие като представителна извадка на съсредоточената материално – техническа база за развитие на двата вида туризъм.

**Личният принос на доц. д-р Златина Караджова е съсредоточен в първа глава,** където е представен анализ на възможностите на Южно Черноморския регион за развитие, както и синергичния ефект от комбинирането и предлагането в пакет, от страна на хотелиери и лечебни заведения на морски и медицински туризъм. Обоснована е ролята на устойчивото развитие на туризма след Ковид 19 и новите възможности, които се откриват пред отрасъла.

Във втора глава са открити мотивите и предпоставките за съчетаване на туристическата индустрия с бизнес интересите в сферата на общественото здравеопазване, формулиран е мотивационен модел за формиране на туристически имидж в регионален аспект, както и е изведен стратегически анализ на дестинациите чрез индекса на медицински туризъм.

Трета глава акцентира на стратегически модел за оценка на ефективността на лечебни и здравно-възстановителни организации като структурни звена в медицинския туризъм, открити са предпоставките за избор на Българското Южното Черноморие като туристическа дестинация с медицинска цел и са посочени добри практики в областта на медицинския и здравен туризъм.

В заключение е представен алгоритъм и примерен модел за изграждане на Балансираната Система от показатели за оценка на ефективността на лечебни и здравно-възстановителни организации.

**Г 9.2. Стоянка Петкова – Георгиева, Златина Караджова, Албена Янакиева, Възможности за развитие на здравен туризъм в област Бургас, Издателство „Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас, 2020, с. 1- 212, ISBN 978-619-7125-67-2.**

Туризмът заема все по-голям дял от световната икономика, социално-културната и други области, като нараства ролята му в глобалните процеси на развитие на човечеството. В съответствие с това се променят и основните му цели, които при съвременния туризъм включват:

- ❖ разработване на нови модели на развитие, управление и стопанисване;
- ❖ ефективно използване на човешките ресурси;
- ❖ преодоляване на финансовите, икономически и социални трудности;
- ❖ организирането на нови форми на дейност за свободното време;
- ❖ отчитане нарастваща роля на човека, общините, регионалните и териториални органи

и туристически организации.

За Област Бургас наблюденията показват, че *на територията се осъществява над 40% от масовия туризъм в страната. Тя е посещавана от по-голямата част от чуждите и български туристи.*

Областта предлага комбинация от масов морски рекреационен, маршрутно-познавателен, селски, културен, фестивален, кулинарен, винен, приключенски, еко и здравен туризъм в един район с изключително разнообразие на природни и антропогенни туристически ресурси.

Географското положение на областта е изключително благоприятно и транспортната обезпеченост до основните туристически обекти в областта е напълно осигурена чрез международно летище, пристанища, ЖП гара, шосеен достъп.



Уникалното съчетание на море, езера, планина и реки, екзотична растителност и многообразие на животински и растителни видове, ведно с традициите и автентичната култура и обичаи, предоставят разнообразни възможности за развитие на алтернативни видове туризъм.

Предмет на разглеждане в монографията „Възможности за развитие на здравен туризъм в област Бургас“ е именно здравният туризъм като алтернатива на масовия морски и наличните природни, и антропогенни ресурси, определящи възможностите за неговото развитие в едноименната област.

Този алтернативен вид туризъм има изключително важно за развитието на отрасъла значение. Ориентирали сме структурата на монографията в три глави, като целта, която сме преследвали с нейното написване е да предоставим достатъчно пълна и полезна информация по темата.

Първа глава е посветена на предпоставките за развитие на здравен туризъм в зависимост от организацията на системите за обществено здравеопазване по света. Разгледани са видовете системи за финансиране на здравеопазването по света, международното сътрудничество в областта на системите за обществено здравеопазване и са дадени препоръки към здравната система в България от добрите практики в Швейцария с цел развиване на двустранен здравен туризъм.

**Личният принос на доц. д-р Златина Караджова е основно по изложението във втора глава.**

В съдържанието са представени природните и антропогенни туристически ресурси на област Бургас за развитие на здравен туризъм. Разгледани и дефинирани са видовете здравен туризъм, а именно – медицински, балнео, спа и уелнес, открити са и тенденциите в развитието им в контекста на глобализиращия се свят.

В трета глава е представено анкетно проучване, осъществено сред потребители, посредници /туроператори и турагенти/ и здравно-възстановителни организации, целящо да представи техните нагласи, нужди, очаквания, относно развитието на този алтернативен вид туризъм.

Формулирани са изводи и препоръки, а в заключение се подчертава водещата роля на здравния туризъм в световен мащаб.

Представената монография допринася за подобряване качеството на обучението не само на студентите от специалности „Туризъм“, „Здравен туризъм“, но и на теоретичите и практиците от специалности „Здравен мениджмънт“, „Медицинска рехабилитация и ерготерапия“, както и на туристически кадри и медици, интересувачи се от дискутираната тематика.

#### **Статии и доклади:**

**Г 8.2. Stefanova, S., Zlatina Karadzhova, (2023) Challenges for the Bulgarian tourism market after the Pandemic Covid 19 – paradigms, problems and perspectives. /the case of the Bulgarian Southern Black Sea Coast/.**

Every crisis provides new opportunities for countermeasures, and Covid 19 has undoubtedly helped us to rethink our traditional ideas about tourism. The pandemic came unexpectedly in our lives, in business, in socio-economic relations, and in addition to being a time for trials, it is also a time in which quite a few lessons can be learned. One of which is that we need a qualitative transformation in the management and development model of tourism. The purpose of the report is to present the results of a survey among Bulgarian tourists who chose the Bulgarian Southern

Black Sea for their sea vacation. For the attention of the interested parties, specific results are also indicated regarding the positions of the respondents regarding the possible factors that influence their choice; what are their assessments, attitudes and expectations for practicing summer tourism in the Southeast Black Sea region; what are their beliefs, abilities and skills for the successful realization of intentions. In conclusion, the requirements of modern tourists and their preferences for health tourism are given.

**Г 8.5. Караджова, Зл., Св. Шопова, Профил на потребителя на СПА и УЕЛНЕС туризма в България, Академично списание „Управление и образование“, Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, том 18(2), 2022, с. 44-50, ISSN 13126121.**

Съществуващ като разновидност на здравния туризъм, СПА туризмът придобива широка популярност в световен мащаб и става все по-популярен сред масовите туристи. По данни на Global Wellness Institute (GWI) световната уелнес икономика регистрира 4.4. трилиона долара, като прогнозата е до 2025 г. да достигне 7 трилиона долара. Експерти в сферата на туризма заключават, че с всяка изминала година интересът към спа туризма ще расте, тъй като все повече туристи търсят възможности да съчетаят почивка, приключения и здраве в едно. Целта на настоящата статия е да разгледа характеристиките на потребителите на спа и уелнес услуги в България. За целта авторите си поставят следните задачи: - да се разгледа същността на спа и уелнес туризма и да се открият спецификите между тях; - да се анализират предпоставките за тяхното развитие; - да подчертаят мястото и ролята им в позиционирането на България на международния пазар на този вид отход. В заключение са изложени факторите, водещи до повишаване на конкурентоспособността на българския спа и уелнес туризъм.

**Г 8.6. Karadzova, Zl., The south-east Bulgarian black sea coast as destination for mass sea and/or climate and spa tourism, International Journal of Science and Research (IJSR) ISSN: 2319-7064, SJIF (2022): 7.942, Volume 11 Issue 10, October 2022, Paper ID: SR221023113423 DOI: 10.21275/SR221023113423 pp. 1091 – 1097.**

Product's diversification is key to the development of Bulgarian tourism. Our future is in the combination of tourist products and the development of year-round tourism. New forms of tourism are emerging and they are replacing traditional mass tourism. These forms include innovative and specialized forms of "greener", experience-oriented tourism. A greener economy means new growth and job opportunities. Eco-design, eco-innovation, waste prevention and reuse of raw materials can lead to net savings for businesses.

The focus is on finding a sustainable solution for the use of natural resources to reduce the impact of companies on the environment. Good business practices or so-called socially responsible business practices are those mechanisms for adapting the corporation, in which it demonstrates a way of working and investing that supports causes in the name of public welfare and environmental protection.

In addition, the expansion of the tourist services' demand, as well as demographic changes, accelerate the need for segmentation of tourist products and the creation of a new type of complex services or complete tourist products, which include a high degree of new services.

The purpose of this article is to consider the possibilities of the largest Bulgarian tourist complex - Sunny Beach as a destination not only for mass sea, but also for year-round climate and spa tourism. In fulfillment of the set goal, based on in-depth interviews with ten owners of some of the largest hotel complexes, conclusions and recommendations for the transition from summer to year-round tourism product have been formulated. In conclusion, the problems and challenges that need to be overcome in the coming years are outlined.

**Г 8.7. Karadzhova, Zl., Sunny Beach – destination for mass sea and/or climate and spa tourism, Annual of “Äsen Zlatarov” University, v. LI, book 2, 2022, ISSN 2603-3976, pp. 43-47.**

The most common type of tourism is the one most people associate with recreation. People like to visit places that are very different from their usual daily life to relax and have fun. The maritime tourism is the most preferred worldwide.

What has been impressive in recent years is that the group of tourists looking for the different and the special, the unique and the healthy is increasing. Climatotherapy and spa tourism are gaining more and more popularity and are increasingly preferred by modern tourists.

The purpose of this article is to examine the possibilities of the largest Bulgarian seaside holiday complex for the development of climate, balneo and spa tourism.

The tasks that should be fulfilled in the implementation of the goal are: to be examined the resources, super and infrastructure of Sunny Beach, which is also the object of the study, ensuring the development of these alternative types of tourism.

In conclusion, the current challenges and opportunities for the development of the destination are highlighted.

**Г 8.10. Караджова, Зл. Туристическият бизнес след пандемията Ковид 19 – кризата като възможност, Академично списание „Управление и образование“, Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, том 17(2), 2021, с. 61-68 , ISSN 13126121.**

Пандемията от коронавирус постави безпрецедентен натиск върху туристическия сектор по света и в частност у нас. Това доведе до спиране на повечето вътрешни и международни пътувания, което доведе до значителен спад в приходите и създаде проблеми с ликвидността за всички туристически компании. Както туристите, така и бизнесът са изправени пред несигурни перспективи. Анализът и проблемите в ситуацията след Covid 19, както и разкриването на потенциала за развитие на туризма е предпоставка за увеличаване на приноса му към брутният вътрешен продукт на страната, запазване на заетостта и дори националния имидж на България.

В разработката е направен преглед на тенденциите и трансформациите, които ще предопределят развитието на отрасъла в страната, с цел набелязване на мерки и мерки за въздействие върху последиците от коронавирусната пандемия. При това положение големият въпрос пред туристическия бизнес е дали кризата ще го тласне към устойчиво развитие и чрез какви мерки за възстановяване и трансформация в него това може да се случи.

**Г 8.11. Караджова, Зл., Новите технологии като фактор за повишаване качеството на здравния туризъм, Black Sea Journal of Medicine and Public Health, ISSN: 2738-8654, vol.3, 2021, pp. 17-21.**

Целта на настоящия доклад е да представи новите технологии, допринасящи за подобряване качеството на продукта на здравния туризъм. Ползваните методи са проучване на специализирана научна литература, статии и доклади, касаещи дискутираната тематика, индукция и дедукция, анализ и синтез.

В заключение се експонира изключително важната роля на новите технологии и интернет за осъществяването на всеобхватен, обективен и непрекъснат контрол на качеството на продукта на здравния туризъм, при осъществяване на двустранна комуникация.

**Г 8.12. Караджова, Зл., Световната пандемия Ковид 19 като възможност за българския туризъм, Black Sea Journal of Medicine and Public Health, ISSN: 2738-8654, Vol. 1, 2021, No. 1, с. 23-29.**

Човечеството е преживяло много трагедии и катаклизми. Със сигурност ще има много повече. Но сега, във времето, в което живеем, сме свидетели на нещо ново, плашещо. Страшно, защото нямаме представа колко дълго ще продължи и има ли светлина в тунела. Тази несигурност, липсата на яснота, сама по себе си води до хаос, безработица, демагогия и срыв на световната икономика. Covid 19 оказва влияние и върху българската икономика, като туристическата индустрия страда най-много. У нас туризмът играе ключова роля. Голяма част от работещото население участва, работи и е пряко или косвено зависимо от туризма.

Тези факти и обстоятелства определят значимостта на избраната тема. Предметът на изследване в доклада е въздействието на пандемията Covid 19, последиците и съответните действия, които трябва да се предприемат в нашата туристическа индустрия. Заложената изследователска цел на разработката е да предостави възможни решения за бъдеща трансформация и рестартиране на бизнеса. В заключение се обосновава необходимостта от качествена трансформация на българския туризъм.

**Г 8.13. Караджова, Зл., Устойчиво развитие на българския туризъм след пандемията Ковид 19 – мисия възможна, списание „Здравна политика и мениджмънт“ брой 20, 2020 г., с. 11-15, ISSN 1313 – 4981.**

Пандемията от коронавирус нанася огромни щети на световната икономика, но един от най-засегнатите сектори е туризмът. Наложените тежки ограничения, за да се спре разпространението на заразата, струват 1 трилион долара на световния туризъм и доведоха до около 50 млн. съкратени работни места.

Туризмът в световен мащаб носи средни годишни приходи от 1.7 трлн. долара, а икономическите загуби вече са достигнали 600 млн. долара заради избухналата зараза. От всичко случващо се до момента, можем да си направим извод, че загубите до края на годината могат да надминат 1 трлн. долара, а общата икономическа загуба може да достигне 5 трлн. долара, ако се добавят и секторите, свързани с туризма. В световен мащаб тази индустрия засяга над 60 сектора и за съжаление, дори ако заразата бъде овладяна то възстановяването на туризма, няма да е никак лесно.

За устойчивото възстановяване на отрасъла са необходими достъпен и по-устойчив транспорт и по-добра свързаност, интелигентно управление на туристическите потоци, диверсификация на туристическото предлагане, развитие на подходящи умения сред туристическите кадри и повече усилия за повишаване на осведомеността за разнообразието от ландшафти и културното многообразие в Европа.

**Г 8.14. Караджова, Зл., Вл. Гончев, Възможности за приложение на дигитално здраве и телемедицина в медицинския туризъм в контекста на пандемията Ковид 19, списание „Здравна политика и мениджмънт“ брой 20, 2020 г., с. 229-232, ISSN 1313 – 4981.**

Изкуственият интелект, дигиталното здраве, телемедицината, преносимите сензори, виртуална реалност – тези нови технологии ще променят изцяло начина, по който пациентите и лекарите възприемат здравеопазването. Дигиталното здраве вече има огромно влияние върху начина, по който работят лекарите, то е много важно какви задачи им позволява да поемат. Има много повтарящи се и монотонни дейности, които повечето медицински специалисти не обичат да вършат. Дигиталните здравни решения могат да ги изпълняват по-добре, по-бързо и по-евтино. В тези случаи обикновено не изискват никаква креативност или съпричастност. Процесът на цифрови технологии навлизащи в здравеопазването е по-сложен, отколкото просто да кажем, че изкуственият интелект (ИИ) или роботиката ще поеме медицинската дейност и работата.

**Г 8.15. Karadzhova, Zl., Socio-economic impact of the world pandemic Covid 19 on Bulgarian tourism, ANNUAL OF ASSEN ZLATAROV UNIVERSITY, BURGAS BULGARIA, 2020, v. XLIX, book2, pp. 44-51, ISSN 2603 – 3976.**

At present, the world is on the verge of the biggest economic downturn since the Great Depression in the 1930s. New market economies and poorer countries are more affected by the Corona virus as their economy is hit by the measures they have taken themselves - they lose production from a smaller base, are affected by capital outflows, and by money transfers of families abroad. The International Monetary Fund forecasts a decline of the Bulgarian economy by 4% this year and 6% growth next year. "In the next year and a half, tourism and the hotel industry must be protected - there are no benefits from mass bankruptcies," said the fund President Kristalina Georgieva.

The current report examines the economic and, in particular, the social impact of the Covid 19 pandemic on the Bulgarian tourism industry. The author also offers specific suggestions for overcoming the crisis situation and the future development of the tourism industry.

**Г 8.16. Янакиева, А., Зл. Караджова, Профил на потребителя на продукта на здравния туризъм, НАУЧНИ ТРУДОВЕ НА УНСС (5) 2020, ИК – УНСС, ISSN (online): 2534-8957; ISSN (print): 0861-9344; <http://unwe-research-papers.org/>, с. 31-42.**

Здравословният начин на живот винаги ще е актуален. Дори във времена на криза, когато става въпрос за собственото здраве и добро физическо състояние, хората не престават да се грижат за себе си. В днешно време те са добре образовани и очакват възвращаемост на инвестицията. Те искат информация, която ще подобри качеството им на живот, и истински резултати.

Целта на настоящия доклад е, чрез анкетно проучване, да се установи профила на потребителя на продукта на здравния туризъм. Поставените задачи са:

- да се определят специфичните терапевтични процедури, към които съответните контингенти туристи биха проявили интерес;
- да се конкретизират начините за съдействие от страна на туроператорите за развитие на здравен туризъм в област Бургас.

В заключение са представени изводи и препоръки за достигане до необходимото конкурентно ниво на област Бургас, като рекреационен център за лечение и профилактика.

**Г 8.17. Karadzhova, Zl., Zhulieta Bozhilova, (2019) Opportunities of health tourism for prevention and treatment of diseases through peloid therapy, Академично списание „Управление и образование“, том 15, 2019 pp. 60 – 66, ISSN 13126120, EBSCO Publishing.**

The traditional concept of health emphasizes on the treatment and recovery mainly of the physical body, with little attention paid to mental, emotional and spiritual health as sometimes the definition of "health" is difficult to distinguish from that of "wellness" The basis of these concepts - **health tourism** is a unifying category, **wellness tourism** is a subcategory oriented towards strengthening health ,disease prevention and an active improvement of the quality of life where as **medical tourism** is associated with travel to treat an existing illness through therapeutic and surgical interventions by qualified medical staff, including invasive procedures in cosmetics and plastic surgery.

Peloid therapy is an effective treatment method, known and used since ancient times to the present day. Bulgaria is extremely rich in balneological resources - mineral waters and curative mud with the most important being the limestone, peat and mineral spring muds.

**Г 8.18. Караджова, Зл., (2019) Здравният туризъм – алтернатива за развитието на масовия морски туризъм в област Бургас, Академично списание „Управление и образование“, том 15, 2019, с. 266 – 273, ISSN 13126120, EBSCO Publishing.**

Туризмът заема все по-голям дял от глобалната икономика, социокултурната, политическата и икономическата сфера и ролята му в глобалните процеси на човешкото развитие нараства. Съответно основните му цели включват:

- разработване на нови модели на развитие, управление и управление;
- ефективно използване на човешките ресурси;
- преодоляване на финансови, икономически и социални трудности;
- организиране на нови форми на свободното време;
- признаване на нарастващата роля на човека, общините, регионалните и териториалните органи и туристическите организации.

Като една от най-важните сфери на дейност в съвременната икономика за задоволяване на потребностите на хората и подобряване качеството на живот на населението, туризмът играе важна роля за решаване на социални проблеми, осигурява развитието на малкия бизнес и допринася за увеличаване на приходите. Целта на настоящата статия е да разгледа здравния туризъм като алтернатива на развитието на област Бургас, по-известна като дестинация за масов туризъм.

**Г 8.19. Karadzhova, Zl, (2019) Trends and challenges to the restaurants business in Bulgaria in the context of health tourism, ANNUAL OF ASSEN ZLATAROV UNIVERSITY, BURGAS BULGARIA, 2019, v. XLVII (2), pp.78-84., ISSN 2603 – 3976.**

The dynamics and business nature of modern lifestyles have a decisive influence on people's eating habits. The established trend is clear - with increasing disposable income, increasing job commitment and the dynamics of daily life, more and more people tend to eat outside their home as clients of dining and entertainment establishments.

The subject of research in this paper is the restaurant business in Bulgaria.

The study focuses on trends, challenges and development prospects. The aim is to set guidelines for improving and increasing the efficiency of the restaurant industry in Bulgaria.

The main task of the restaurant business is to satisfy the needs of the customers, which guarantees its prosperity.

**Г 8.26. Karadzhova, Zl., Sergei Shaytura, A. (2017) Comprehensive analysis of Bulgarian black sea tourist destinations, Академично списание „Управление и образование, кн. 2, том 12, Бургас, 2016, ISSN 13126121, p. 37-43., EBSCO Publishing.**

The purpose of the article is development of methods for analysis of tourist destinations on the example of the Black Sea region. The objectives of the study are: approbation of the methods of cluster analysis of tourist destinations; estimation of cost of various clusters by neural network method.

The subdividing of the region into clusters allows to form intellectual estimated model of destination of the Crimea, on the basis of neural network methods. The assessment of tourist clusters is carried out in several stages : collecting of basic data ; formation of base of the scaled data ; creation of mathematical model evaluation of the real estate, estimation of the model parameters on the basis of nonparametric methods of statistics, formulation of the assessment in the neural network basis ; the choice of architecture and learning Kohonen maps ; drafting informative the atlas-based synthesis Kohonen maps and GIS (Geographic Information System) maps destinations ; the development of a knowledge base in the form of linguistic control rules based on the analysis of Kohonen maps and mathematical models for assessing tourism clusters.

The result of this study is the development of instrumental tool for intellectual and analytical evaluation of cluster destinations. The algorithms and software description of this class of assessments has been elaborated by the methods of artificial neural networks and GIS-technologies. The effectiveness of this solution has been established.

**Г. 8.38. Karadzhova, Zl., The effect of the world pandemic Covid 19 on tourism in Bulgaria, XV. International Balkan and Near Eastern Congresses Series on Economics, Business and Management IBANESS Congresses Series on Economics, Business and Management-Plovdiv/Bulgaria 29-30 May, 2021 Organized by IBANESS, University of Agribusiness and Rural Development/Bulgaria, University "St. Kliment Ohridski", Faculty of Economics – Prilep/Republic of North Macedonia, PROCEEDINGS, pp.668-674.**

At present, the world is on the verge of the biggest economic downturn since the Great Depression in the 1930s. New market economies and poorer countries are more affected by the Corona virus as their economy is hit by the measures they have taken themselves - they lose production from a smaller base, are affected by capital outflows, and by money transfers of families abroad.

The World Tourism Organization has published recommendations to mitigate the socio-economic impact of the COVID-19 pandemic and to speed up the recovery of tourism. The recommendations are divided into three groups: First group - Crisis management and mitigation; Second group - Creating an incentive to accelerate the recovery of the tourism sector; Third group - Preparing for tomorrow.

Tourism is a priority sector for Bulgaria. There are about 250,000 people directly employed and with satellite professions, the number exceeds one million. The National Tourism Council predicted that tourism needed strategic change and economic support. For example, to revise the visa policy; to abolish visas for citizens of the Russian Federation; to introduce subsidies for companies providing tourists for the resorts; to assist Bulgaria Air.

The purpose of this study is to examine the effect of the world pandemic Covid 19 on Bulgarian tourism. The research was conducted in the period February – March 2020.

The object of study in this article is tourism in Bulgaria.

The subject is the negative consequences of Covid 19 on tourism industry.

The current article examines the economic and, in particular, the social impact of the Covid 19 pandemic on the Bulgarian tourism industry.

The author also offers specific suggestions for overcoming the crisis situation and the future development of the tourism industry.

**Г 8.43. Караджова, Зл., Албена Янакиева, (2019) Добри практики за управление на времето в балнеоложкия туризъм, 22nd International Scientific Conference THE POWER OF KNOWLEDGE 10-13.10.2019, Kavala, Greece KNOWLEDGE – International Journal Vol.34.1 September, 2019, pp. 207-213., ISSN 1857-923, ISSN : 2545-4439 (Online)**

Целта на този доклад е да анализира и идентифицира добрите практики в управлението на работния ден в сферата на балнеоложкия туризъм. Задачите, които се поставят за постигането на това са следните: да се обобщи същността на понятията „добри практики“, „управление на времето“, „балнеологичен туризъм“. Тезата, която се защитава в доклада е, че в напрегнатото ежедневие трябва да прилагаме методи и техники за управление на времето. Един от начините винаги да намираме време за най-важните неща е да го намалим до онези, които не ни доближават до целите ни в личен и професионален план. Терминът "балнеолечение" всъщност не обхваща само процедурите с минерална вода, те се прилагат и чрез пиене, инхалации, напояване. Той реално изразява действието на всички естествени балнеофактори - чиста вода, минерална вода, лечебна кал, топли лечебни средства, които действат върху кожата и предизвикват нервно-рефлекторни и саногенни механизми. Следователно балнеолечението се използва като общо понятие за всички балнеологични фактори и има родово значение. Балнеоложният туризъм е един от основните туристически продукти на България, основен начин за усвояване на значителни ресурси: топли, топли и

студени минерални извори, лечебна кал и др., на които страната е изключително богата. Изграждането на умения за оптимално планиране и управление на времето е неразделна и незаменима част от пълноценния начин на живот, в основата на който е доброто здраве. А ключовите аспекти на доброто здраве, неразделна част от което е балнеотуризмът, са в пряка зависимост от това колко ефективно, пълноценно и разумно умеем да планираме и управляваме работното си време.

**Г 8.45. Янакиева, А., Зл. Караджова, (2019) Ресурси на област Бургас за развитие на здравен туризъм, УНСС, Факултет “Международна икономика и политика”, Катедра “Международни икономически отношения и бизнес” Международна научна конференция на тема: Членството на България в Европейския съюз: дванадесет години по-късно, 25.10 2019 г., ISBN 978-619-232-111-6.**

Докладът разглежда природните и антропогенни ресурси на област Бургас за развитие на здравен туризъм. Поставена е следната изследователска цел: да се изследва потенциала на област Бургас за развитие на здравен туризъм. За по-прецизен анализ са поставени и съответните задачи: да се определят специфичните терапевтични процедури, към които съответните контингенти туристи биха проявили интерес; да се конкретизират начините за съдействие от страна на туроператорите за развитие на здравен туризъм в област Бургас.

От проведеното изследване се стигна до основния извод, а именно: настоящи и потенциални потребители на здравно-туристическа услуга имат положителни очаквания относно развитието на здравния туризъм в област Бургас.

**Г 8.48. Караджова, Зл., Дестинация Бургас – от морски към целогодишен туризъм, Морска конференция: Книга към научен форум „Черно море – граница или врата”, с. 36-40, Изд. „Бряг“, 02. 12. 2016 г., ISBN 978-954-8752-31-2.**

В настоящия доклад се анализират възможностите, условията и ресурсите за развитие на целогодишен туризъм в област Бургас.

Обект на настоящето изследване е област Бургас. Предмет на изследване са проблемите и възможностите за успешно развитие на целогодишен устойчив туризъм в едноименната дестинация.

Задачите на изследването са: да се направи теоретичен обзор на същността и особеностите на туристическата дестинация; да се анализират специфичните ресурси – природни и антропогенни за област Бургас, които са в основата на нейната туристическа конкурентоспособност; да се характеризират възможностите на дестинацията като място, в което има възможност и се предлагат алтернативни – здравен, културен, градски, селски, еко, бизнес, хазартен, винен, кулинарен и други видове туризъм.

**Г 8.49. Караджова, Зл., Ст. Петкова – Георгиева, (2016) Здравният туризъм в контекста на националното потребление, УНСС, Факултет “Международна икономика и политика”, Катедра “Международни икономически отношения и бизнес” Международна научна конференция на тема: Членството на България в Европейския съюз: девет години по-късно, 7.10. 2016 г., с. 397-405, ISBN 978-954-644-976-4.**

В настоящия доклад се разглеждат и анализират понятията „здравен”, „медицински”, „уелнес” и „спа” туризъм. Откроява се и се извеждат убедителни доказателства, че първият термин обединява в себе си следващите три. В доклада се акцентира и на потребностите на обществото от развиване и поддържане на здравния туризъм. В заключение се подчертават възможностите на България да се превърне във водеща дестинация в едноименното направление.

**Г 8.51. Петкова, Ст., Зл. Караджова, (2015) Екологичното състояние на Черно море и Българския Туризм: Въздействие и последици от морски катастрофи, Морска**



**конференция: Книга към научен форум „Черно море – граница или врата”, 5-7 Декември 2015г., с. 41-48, ISBN 978-954-8752-30-5.**

Най-сериозните екологични проблеми на Черно море, свързани със замърсяването, прекомерния улов на риба и хаотичното развитие на Крайбрежието, водят до влошаване качеството на водите, намаляване на рибните и други живи морски ресурси и в крайна сметка до отрицателно влияние върху много човешки дейности, върху здравето на човека и върху качеството на неговия живот.

**Г. 8.54. Караджова, Зл., Приключения, преживявания и спа в екологично чиста среда – фокусът на съвременния турист, сп. Научен атлас, бр. 2, стр. 1-26, 2021г., ISSN 2738 – 7518. Линк, на който може да бъде намерена студията: [https://scientificatlas.com/uploads/news\\_docs/2\\_Nauchen\\_atlas\\_Karadzhova.pdf](https://scientificatlas.com/uploads/news_docs/2_Nauchen_atlas_Karadzhova.pdf)**

Развитието на туризма е свързано с промените на туриста като основен субект на търсенето, с измененията на туристическата индустрия като източник на предлагането и с осъществяването от управленските институции туристически политики. На тази основа туризмът има свой жизнен цикъл, изразяващ се в появата, утвърждаването, доминирането и упадък на различни видове и форми на туристическа практика.

Предмет на разглеждане в настоящата студия са новите изисквания на съвременните туристи, търсещи извън основните туристически услуги, нестандартни приключения, необикновени преживявания, задължително наличие на спа процедури и всичко това консумирано в екологично чиста среда. Обектът на изследване са промените в туристическото поведение след световната криза, причинена от Корона вируса – Ковид 19.

**II. Сигурност и безопасност на туристическия продукт в контекста на общественото здравеопазване. ( научни трудове и публикации по показател Г 5.2, Г 7.1, Г 8.1, Г 8, Г8.8, Г 8.22, Г 8.23, Г 8.41, Г 8.46, Г8., Г 8.47).**

*Научно – изследователските ми проучвания в тази сфера са ориентирани към изследване на аспектите на сигурността и безопасността като основни фактори при избора на туристическа дестинация.*

*Съвременната икономика на знанието не само зависи, но и се развива все по-перспективно в нови направления, свързани с интензивното използване на информационните технологии, софтуерни системи за управление, както и на ефективни процеси, базирани на дигиталните инфраструктури. Най-големите, популярни и най-често посещавани сайтове в света са тези за почивка, здравна профилатика и развлечение. Оказва се, че те са и обект на наблюдение и от терористични организации. Терористичните и кибер атаките са директна заплаха за сигурността на гражданите и функциониране на държавата, икономиката, обществото, науката и образованието. В тази тематика е представено проведено анкетно проучване сред българските хотелиери за установяване доколко туристическия бизнес има разработена стратегия за действие и превенция на тероризма и кибертероризма и като цяло установяване степента на готовност на хотелските комплекси по Южно Черноморие при евентуални терористични действия, направен е анализ, формулирани са изводи и препоръки. Последните могат да послужат като основни стратегически акценти, които приложени на практика, гарантират физическата, морална и емоционална неприкосновеност на българските и международни туристи.*

*Доказва се тезата, че именно осигуряването на физическата, морална, социална и емоционална сигурност и безопасност са водещия фактор при избор и основно конкурентно предимство на конкретна дестинация за пътуване.*

### **Монография:**

**Г 5.2. Караджова, Зл., Добромир Цоцов, (2019) Българският туризъм и глобалният тероризъм – влияния и предизвикателства, Изд. „Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас, 2019г., с. 1-214, ISBN 978-619-7123-92-0. /личен принос на доц. д-р Златина Караджова – с. 110-210./**

Терористичните заплахи в туризма често са основополагащ фактор за вземането на дадено решение както за предлагане на туристически пакет, така и за посещението на определена дестинация. Те са с много висока вероятност и много висока тежест на последствията за определени дестинации. Туризмът е голяма индустриална сила в световен мащаб, което предполага по-висока честота на поява на рискови случаи. Последниците от терористичните събития оказват влияние както върху текущия туристопоток, така и върху мотивите за вземане на решение за пътуване на останалите желаещи в даден район на конфликт.

Към настоящия момент туристическите потоци се влияят най-вече от засилените опасения за сигурността и безопасността в контекста на общественото здравеопазване.

Предмет на разглеждане в монографията „Българският туризъм и глобалният тероризъм: влияния и предизвикателства“ е отражението на терористичните атаки върху туризма. Обектът е туризмът в България и по-конкретно хотелски комплекси и туроператорски компании, опериращи по Южното Черноморие. Авторите си поставят за цел да проследят историческото развитие на тероризма, икономическите и социалните му влияния върху туризма, както и аспектите на модерния тероризъм – кибер атаките в контекста на туризма. Разгледано е и отражението на глобализацията като явление и процес върху туристическата индустрия, възможностите и добрите практики при управление на риска, както и аспектите на сигурността и безопасността като основни фактори при избора на туристическа дестинация, каквато е България.

За така поставената цел са решени следните задачи:

- Открояна е същностната характеристика на тероризма;
- Разгледани са причините, поради които тероризмът се явява заплаха за развитието на туризма;
- Открити са рисковете и заплахите за националната ни сигурност;
- Посочени са добри практики за избягване на рискове за туристите оф и он лайн;
- Проведено е анкетно проучване /личен принос на доц. д-р Златина Караджова/ сред българските хотелиерски и туроператорски компании за установяване доколко туристическия бизнес има разработена стратегия за действие и превенция на тероризма и кибертероризма и като цяло установяване степента на готовност на българските туристически предприятия по Южно Черноморие при евентуални терористични действия.

В заключение са открити мерките за борба с тероризма, процедурите, които следва да се спазват и са дадени препоръки към хотелиери и туроператори за повишаване сигурността на туристите в България. /личен принос на доц. д-р Златина Караджова/

### **Статии и доклади:**

**По показател Г7 - Статии и доклади, публикувани в научни издания, които са реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация (Scopus; Web of Science) –**

**Г 7.1. Караджова, Зл., Е. С. Капинова (2019) — Профилактика терроризма в гостиничном бизнесе Болгарии: анализ ситуации и повышение качества подготовки студентов – будущих отельеров, №3-Май/Июнь, 2019, ПЕРСПЕКТИВЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ, ISSN 2307-2334, 39 (3), pp. 196-209. doi: 10.32744/pse.2019.3.15., РИНЦ, ВАК, SCOPUS.**

Одной из основных проблем, стоящих перед современным туризмом, является обеспечение безопасности туристов, учитывая частые террористические акты. Основная гипотеза в этой статье, выдвинутая авторами, заключается в том, что тренинг «Управление рисками туризма» среди студентов специальности «Туризм» - будущие менеджеры гарантирует предотвращение террористических атак, успешное противодействие при наличии таковых и смягчение последствий до минимума.

Метод, который мы использовали для определения готовности болгарских отельеров и их знания о процедурах, которые необходимо соблюдать при террористическом акте, является опросом.

Результаты исследования показывают, что необходимо увеличить количество учебного времени на обучение и подготовку студентов туристически специальности по вопросам безопасности туристов.

Из представленного анализа мы также представляем основные рекомендации:

1. Разработка системы упражнений, основанных на аудио и видео реальных материалах.
2. Актуализировать модуль Риски и безопасность в туризме.

**Г 8.1. Stefanova, S., Zlatina Karadzova, (2023) Attitudes of French tourists, choosing Bulgaria as tourist destination.**

Bulgaria is a relatively new market for French tourists and attracts them with the unknown. Arriving here for the first time, the majority remain fascinated by nature, cultural and historical monuments, food and wine. French tourists prefer organized trips and use the services of travel agencies. (one of the reasons is that Bulgaria is a little or almost unknown country for them, another is that the French language is not very popular in Bulgaria and accordingly few people can communicate in it, and third – primarily young French tourists use English) As tourists they have higher requirements for the products and services offered, they want to get to know the material and spiritual values, they are looking for places with a rich history, they prefer different experiences from what the mass tourist is looking for and they are betting on luxury in hotels and restaurants.

The article examines the attitude of French tourists when choosing a Bulgarian tourist product. Indicators such as "length of stay", "price", "influence of information sources", "frequency of visits", "future holiday intentions", as well as demographic characteristics - gender, age, education, marital status, children were studied and analyzed.

In conclusion, their main preferences and requirements are indicated when choosing a destination for vacation and entertainment.

**Г 8.8. Karadzova, Zl., Interaction between tourism, transport and terrorism in the context of globalization, XVII International Balkan and Near Eastern Congresses Series on Economics, Business and Management IBANESS Congresses Series on Economics, Business and Management-Plovdiv/Bulgaria 12-13 March, 2022 Organized by IBANESS, University of Agribusiness and Rural Development/Bulgaria, University "St. Kliment Ohridski", Faculty of Economics – Prilep/Republic of North Macedonia, PROCEEDINGS, ISBN: 978-619-203-323-1, pp.284-289.**

Tourism is one of the most vulnerable areas of the economy affected by terrorism. There is no other industry that is associated with so narrow and numerous links to all other sectors,

especially tourism, like transport. Therefore, it is strongly influenced by their development, but itself affects them.

The Aim of the Study is to explore the essential characteristic of tourism, transport and terrorism and to highlight the connection between them.

The object of study in this article are the three big industries – tourism, transport and terrorism. The subject is the interaction between them.

**Г 8.22. Stefanova, S., Zl. Karadzhova, ( 2018) Social responsibility of the bulgarian tourist enterprises in the context of consumer demand, International Annual Edition of Applied Psychology: Theory, Research, and Practice Volume 5, Issue 1, 2018, pp. 34-44, ISSN 2313-4097.**

Social responsibility is a concept that reflects the quality of relationships between an organization (through managers) and society. It represents a set of attitudes, decisions and actions that are oriented towards society.

The three key figures in the market-driven economy are: producers (organization), consumers and state. If the mindset, decisions and actions of consumers and state coincide with the attitudes, decisions and actions of the organization, consumers and state accept that it is a socially responsible organization, and vice versa.

The aim of this paper is to discuss the social responsibility of Bulgarian tourism enterprises. To achieve this goal the trends of tourism demands and the type of social responsibility have been analyzed.

In conclusion the accent is on the measure to achieve the social responsibility in the tourism field.

**Г 8.23. Yanakieva, Al., Phd., assoc. prof. Zlatina Karadzhova, phd, (2017) Tourist clustering in Bulgaria - a factor of development in the global environment, СУ “Климент Охридски”, Sofia University “ST Kliment Ohridski”, International Scientific Conference “Contemporary tourism – traditions and innovations”, 19-21.10. 2017, ISBN 978-954-07-4327-1, pp. 192-204.**

Cluster associations in tourism are based on partnership and competition made possible by the regional concentration of resources in the entrepreneurial network of companies that complement each other and work towards reaching optimal conditions for the development of innovation. On this basis are optimally used of the opportunities and potential of not only individual business units within the union, but also the region and the country as a whole.

Strongly competitive environment of the tourist market requires cooperation not only locally and regionally but also nationally and internationally. Specific manifestations of this tendency to form voluntary associations are: development of large monopolistic associations of tourist companies of different types in order to stabilize the position on the market, price control, relatively lower costs, etc.; establishing zones of influence and distribution of market areas, types of tourism target groups demand etc.; voluntary cooperation of independent partners.

**The main goal** of scientific research is to analyze the nature and role of the cluster approach for the tourism industry in Bulgaria.

The research is very cluster organizations, and the subject is their operation for optimal use of the knowledge, skills and information in the context of contemporary globalization.

**Г 8.41. Караджова, Зл., (2019) ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“, Международна научно – практическа конференция „Развитието на българската и европейската икономика – предизвикателства и възможности“ – 17-18.10. 2019., доклад: Тероризмът – съвременното предизвикателство пред развитието на туризма в том 3, с. 218-220, УИ „Св. Св. Кирил и Методий“ Велико Търново, 2020, ISSN 2603-4093.**

През 21 век туризмът е водеща икономика, а тероризмът е водещата заплаха. В отношенията между двамата няма нищо случайно. Глобализацията и технологичните иновации – доведоха както до растежа на туризма като индустрия, така и до растежа на тероризма като заплаха. Медиите служат както за прогнозиране, така и за манипулиране на вярвания и възприятия – медийното убеждаване служи както за маркетинг на туризма, така и за тероризъм, постигане на икономическа печалба в първия случай и деморализация на врага /поток на средства и наематели във втория. Странно, но терористичните сайтове могат да привлекат посетители и да се превърнат в източник на така наречения „dark“ - тъмен туризъм“. Въпреки отрицателните ефекти върху туризма, индустрията е изненадващо адаптивна. Факт е, че една туристическа дестинация, която осигурява високо ниво на безопасност и сигурност за туристите, може да я превърне в конкурентно предимство пред останалите туристи и по този начин да привлече по-платежоспособни туристи, туристи с културни интереси, различни хобита, което означава, че ще подобри своята финансово-икономически показатели и от там просперитета на своите граждани.

**Г 8.46. Караджова, Зл., (2019) Кибер атаките – модерният тероризъм в контекста на туризма, БСУ, Юбилейна Международна конференция „Съвременни Управленски практики – Свързаност и регионално партньорство“, 07-08.06.2019, с. 92- 100, ISBN 1313-8758, CEEOL, [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com).**

Съвременната икономика на знанието не само зависи, но и се развива все по-перспективно в нови направления, свързани с интензивното използване на информационните технологии, софтуерни системи за управление, както и на ефективни процеси, базирани на дигиталните инфраструктури. Кибер атаките са директна заплаха за сигурността на гражданите и функциониране на държавата, икономиката, обществото, науката и образованието. Те могат да бъдат извършени от разстояние, с прости и ефективни механизми и минимални ресурси, да причинят значителни поражения с нанасяне на материални и дори човешки загуби. Кибер атаките нямат национални, културни или юридически граници.

Целта на доклада е да заостри вниманието към атаките в интернет пространството, като алтернативна форма на тероризма и тяхното отражение върху туризма.

**Г 8.47. Караджова, Зл., (2018) Рискове за националната сигурност и туризма от европейската мигрантска криза, Научно-практическа конференция „Проблеми на миграцията“ – БСУ, 10-11.05. 2019., том XXVI, с. 154-160. ISBN 1311-3771, CEEOL**

Туризмът е дейност, създадена и насочена към човека, към удовлетворяване на неговите потребности и желания от почивка, развлечения, нови емоции и социални контакти, сензор за оценка на човешките възприятия, амбиции и стремежи, барометър за тенденциите в поведението на личността в нетрадиционна среда, трамплин към познанието и възможност за самооценка и непрекъснато развитие.

Целта на представения на Вашето внимание доклад е да открие какви са рисковете за националната сигурност и по-конкретно за туристическата ни индустрия, произтичащи от бежанската вълна в Европа.

**III. Качество и стандарти в туризма и здравния туризъм. Връзка и зависимост между качеството на образованието, кариерното развитие и качеството на живот. (Г 6, Г9.3; Г 8.28, Г 8.29, Г8.3; Г 8.24, Г 8.25, Г8.33, Г8.34, Г8.52.)**

*Качеството е основно средство за оцеляване в условията на неопределеност и динамичност на пазарната среда. То има различни съвременни измерения – философия, начин на живот, бизнес, култура, конкурентно предимство...*

*В медицината и здравеопазването, вече се приема като аксиома, че "качеството" има най-голямо значение за потребителската стойност на медицинската помощ и чрез нея оказва най-силно влияние върху здравните резултати. Това е причина "качеството" да бъде в центъра на вниманието на производителите и купувачите на медицинска помощ, здравните мениджъри и на хората.*

*В последните години все повече се акцентира и на „качеството на образованието“ – теоретична и практическа подготовка на ученици и студенти в съответствие с новите изисквания на пазара на труда. Образованието и обучението имат ключова роля за удовлетворяване на потребностите от работна сила, притежаваща знания и умения, в съответствие с настоящите и бъдещите потребности на пазара на труда. Продължаващото обучение, в контекста на стратегията на Европа – “Lifelong learning” (обучение през целия живот) е важен елемент от развитието на човешките ресурси във всяка една сфера. Те имат водеща роля за осигуряването на социално-икономическото развитие на национално и международно ниво.*

*Усвояването на нови знания и умения, формирането на личностни качества като гъвкавост, адаптивност, дисциплинираност и иновативност са само малка част от критериите, чието удовлетворяване гарантират успешно кариерно развитие и по-добро качество на живот.*

*Извежда се на преден план тезата в научните ми разработки в тази област, че за да бъде на необходимото ниво в работата си, за да се чувства компетентен и в крак с времето, човек е необходимо постоянно да актуализира знанията си и да усвоява нови техники и технологии. Обучението като част от кариерното развитие представлява дейност за целенасочена промяна по обогатяване на знанията, уменията и нагласите на заетите с цел промяна на поведението към постоянно усъвършенстване на трудовото представяне в организацията.*

*В тази насока са и научно-изследователските ми търсения: качество на туристическия продукт, качество на услугите в здравния туризъм, качество на образователния процес. Представя се връзката между качеството във всичките му аспекти –технически, икономически, социален и образователен върху качеството на продукта/услугата, предназначени за краен потребител и в крайна сметка върху качеството на неговия живот.*

**По показател Г 6 – публикувана книга на база защитен дисертационен труд – Караджова, Зл., (2019) Качество и стандарти в туризма, Изд. „Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас, 2019г., с. 1-166, ISBN 978-619-7123-91-3.**

През последните години изключително актуална тема е необходимостта от подобряване на качеството на туристическия продукт в световен мащаб. Управлението на качеството в туризма е толкова изследвано и разисквано, тъй като качеството е определящ фактор за рентабилност на туристическата дейност във всички нейни проявления. Именно поради тези причини качеството заема своето място на стратегическо направление в управлението на българските туристически компании.

Проблематиката на качеството и неговото управление в туризма заема съществен дял в предмета на различните науки и присъства активно в обекта на съвременните теоретични и емпирични интер- дисциплинарни изследвания. В развитието на съвременната теория и практика има водеща роля в областта на икономическата наука и теорията за управлението. През последните десетилетия тази проблематика е обект на сериозно внимание от страна на туристическата наука и практика.

Книгата разглежда основните подходи за управление на качеството, критерии и показатели за качество на комплексния туристически продукт, както и на продукта на неговите подсистеми – хотелиерство, ресторантьорство, туроператорска, турагентска, аниматорска и екскурзоводска дейност.

В заключение са обособени стандартите за качество в туризма, открити са ползите от тяхното прилагане и е предложена технология за сертифициране, както и предимствата от внедряване на този процес.

#### **Монография:**

**Г 9.3. Златина Караджова, Владимир Гончев, Светла Шопова, Качество на услугите в здравния туризъм /на примера на СПА центровете в България/, Издателство „Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас, 2020, с. 1- 185, ISBN 978-619-7559-01-9.**

Предмет на разглеждане в настоящия научен труд е проблематиката на качеството на здравните услуги.

Обектът на изследване са СПА центровете в България, като конкретно са разгледани три функционално и параметрично конкурентноспособни СПА хотели: „Гранд Хотел § Спа Приморец” - Бургас, „Атлантис Ризорт § Спа ” Бургас и „Хелена Ризорт” - Слънчев бряг.

Авторите си поставят за цел да разгледат качеството на здравните услуги в българския туризъм. За така поставената цел са решени следните задачи:

- Открити са моделите, методите и стандартите за качество на продукта на здравния туризъм;
- Конкретизирани са критериите и показателите за анализ и оценка качеството на СПА услугите;
- Анализирана е връзката между качеството на здравните услуги и медицинската помощ;
- Направено е научно – практическо изследване на качеството на спа услугите в България.

Личният принос на дос. д-р Златина Караджова е съсредоточен в първа глава. Изследвана е еволюцията при дефиниране на термините „качество“ и „равнище на качеството“, предложени са конкретни модели и методи за оценка на качеството, както и стандартите за качество на продукта и услугите на здравния туризъм

#### **Статии и доклади:**

**Г 8.3. Караджова, Зл., (2023) Изследование свърз и зависимост между качеством подготовки кадров для туризма и качеством туристического продукта.**

Ключевая роль в стратегии „Европа 2020” уделена созданию качественной рабочей силе в соответствии с настоящими и будущими потребностями рынка труда. Последователи изменений в учебных планах профессионального направления ” Туризм” стремятся к достижению равного доступа к качественному образованию и обучению, а также к желанию учиться всю жизнь. Акцентируется внимание на обеспечение качества профессионального образования и обучения, на развитие услуг в карьерном росте, на улучшение связей между образованием, обучением и потребностями рынка труда.

Появилась необходимость в выделении связи между качественной подготовкой кадров для туристического обслуживания и качеством предоставляемого туристического продукта. Для решения данной проблемы было проведено исследование среди 119 работодателей в сфере туризма, которое определило степень доверия в подготовку специалистов,

получивших профессиональную квалификацию "бакалавр" и "магистр" по "Туризм" в университете им. проф. д-ра Асена Златарова в городе Бургасе.

Для более точного анализа были поставлены и реализованы соответствующие задачи:

- выделены специфические требования работодателей к специалистам данного профиля;

- определен уровень качества подготовки специалистов, окончивших факультет общественных наук по специальности "Туризм".

Результаты проведенного эмпирического исследования и выведенный анализ однозначно показывают, что специальность "Туризм" в университете им. проф. д-ра Асена Златарова, подготавливает квалифицированные кадры для сферы туризма, которые предпочитают работодателями на южном побережье Черного моря в Болгарии.

**Г 8.21. Караджова, Зл., Взаимосвязь „тенденции-развитие карьеры в гостиничном бизнесе“, сп. Кадровик, 12/2018, ISSN 2074-0107, с. 79-87. РИНЦ.**

Мир меняется вместе с экономикой, людьми, сотрудниками. Индустрия туризма развивается чрезвычайно быстрыми темпами в соответствии с растущими потребностями туристов. Приобретение новых знаний и навыков, формирование личных качеств, таких как гибкость, адаптивность, дисциплина и инновационность, являются лишь малой частью критериев, удовлетворение которых гарантирует успешное развитие карьеры.

Предметом этой статьи является индустрия туризма и, в частности, гостиничная индустрия. Основная цель - взглянуть на текущие тенденции и выделить ключевые качества работников в сфере туризма с целью профессионального развития.

В заключении основное внимание уделяется культуре управления, обеспечению безопасности на рабочем месте, хорошему вознаграждению, адекватным результатам, возможностям обучения и развития хороших человеческих отношений.

**Г 8.28. Karadzhova, Zl., (2016) The relation "motivation - competitiveness": impact over quality of bulgarian tourist product, Tourism spectrum , a Bi-annual refereed International Journal, vol. 2, No. 2, 2016, September 2016, Fourth issue, ISSN 2395-2849, pp.1-11.**

This article discusses the relation between employee's motivation and competitiveness of tourism enterprises. The influence of this relation on the quality of Bulgarian tourist product is researched. For this purpose are explained the basic terms "motivation", "competitiveness", "quality" and has conducted a survey, the result of which are outlined key motivation factors, their significance and impact of these factors on the quality of tourist products and services. In conclusion it is proved the priority of the motivation to achieve the competitive position of the tourism organization, which in turn affects the quality of her products.

**Г 8.29. Karadzhova, Zl., (2016) Role and importance of the transport for the quality of bulgarian tourism product, Академично списание „Управление и образование, кн. 2, том 12, Бургас, 2016, ISSN 13126121, с. 40-45., EBSCO Publishing.**

This article analyzes the role and importance of the transport for the quality of Bulgarian tourism product. The concepts of transport, tourist product and the phenomenon "tourism" are being discussed. The common grounds between quality and tourism are being defined. Finally concludes that road transport will remain leading to Bulgaria in relation to carriage of goods and passengers, therefore, the development of the road network will continue to be a priority and a major challenge for ports and airports infrastructure in our country remains finding private investors.

**Г 8.24. Караджова, Зл., (2017) ТРЕНИНГ, МЕНТОРСТВО И КОУЧИНГ - ИНСТРУМЕНТЫ КОНЦЕПЦИИ „ОБУЧЕНИЕ НА ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕЙ ЖИЗНИ“ сп. „Перспективы науки и образования“, Международный электронный научный журнал Россия, ISSN 2307-2334 (Онлайн), бр.1 (25), 2017, с. 34 - 38./ включен:в базу**



**Global Impact Factor 2012 (Импакт-фактор 2015: 0,564) в Index Copernicus Journals (Импакт-фактор 2013: ICV 3.52) в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), EBSCO Publishing.**

Конкурентоспособность компаний в значительной степени зависит от различных экспертов, от их знаний и умений, трудовых навыков и опыта. Предприниматели и менеджеры стремятся к улучшению технологий, к увеличению своей прибыли в основном посредством совершенствования профессиональных квалификаций своих сотрудников. Именно человеческий фактор является тем, что объединяет материальные и информационные ресурсы, и способен увеличить финансовые. Они не только производят продукт, но и планируют, организуют и контролируют текущий с ним процесс.

Предмет исследования в данной статье, являются основные инструменты, с помощью которых человеческий капитал может поддерживать и повышать свою конкурентоспособность в наше время, а именно наставничество и коучинг.

**Г 8.25. Караджова, Зл., (2016) Образование и/или карьерное развитие кадров в „туристическом секторе“, сп. „Перспективы науки и образования”, Международный электронный научный журнал Россия, ISSN 2307-2334 (Онлайн), бр.3/май-юни/, 2016, с. 41 - 47./ включен: в базу Global Impact Factor 2012 (Импакт-фактор 2015: 0,564) в Index Copernicus Journals (Импакт-фактор 2013: ICV 3.52) в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), EBSCO Publishing.**

Подготовка соответствующих квалификационных кадров для работы в туристическом бизнесе требует новых подходов в области профессионального образования и обучения. В последние десятилетия растет убеждение, что профессиональное образование и обучение (ПОО) имеет главное значение для устойчивости социально-экономического развития в национальном, региональном и международном уровне. Европейские инициативы, в ответ на быстрые изменения в экономике и обществе, требуют постоянного усовершенствования систем профессионального образования, обучения и модернизации баз, чтобы эта система была способна помогать увеличению и социальной интеграции, чтобы каждый имел возможность обучаться всю свою жизнь и упрощать доступ к повышению квалификации в соответствии с потребностями общества и рынка труда.

В данной статье исследуется зависимость между хорошим образованием и созданием устойчивой карьеры для туристических кадров в Болгарии. Доказано, что это необходимое, но недостаточное условие, так как управление карьерой это процесс, требующий постоянного усовершенствования знаний и умений, освоения инноваций и адаптация к условиям изменений действительности.

**Г 8.33. Караджова, Зл., (2015) За или против формулы "Все включено" и ее совершенствовании в Болгарской образовательной сфере – сп. „Перспективы науки и образования”, Международный электронный научный журнал Россия, бр.3/май-юни/, 2015, с. 170-176. включен: в базу Global Impact Factor 2012 (Импакт-фактор 2015: 0,564) в Index Copernicus Journals (Импакт-фактор 2013: ICV 3.52) в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), ISSN 2307-2334 (Онлайн).**

Целью настоящей работы является анализ специфики системы «все включено» в болгарском туристическом предложении, поскольку предметом исследования является применение системы в Болгарии. Объектом исследования является формула all inclusive, на которую опирается гостиница. Задачи, которые ставятся для достижения цели, следующие: кратко изложить суть системы «все включено»; выделить его сильные и слабые стороны, соответственно обозначить угрозы и выявить возможности, которые он предоставляет. В статье отстаивается гипотеза о том, что комплексное предложение является

конкурентоспособным только в том случае, если в его реализации участвует высококвалифицированный, мотивированный и морально и финансово удовлетворенный туристический персонал.

**Г 8.34. Караджова, Зл. (2015) Коучингът като образователен процес и инструмент за създаване на нова организационна култура в туризма – сп. Az buki, том 17, кн. 4, 2015, с. 399 – 408, ISSN 1314–8567 (Online), ISSN 1314–555X (Print)**

В статията се анализират възможностите на коучинга като процес на обучение, самообучение, развитие и саморазвитие за мениджърите и собствениците на предприятията в отрасъл „Туризмъ“. Разгледани са причините, ситуациите и ползите от ползването на тази нова форма за самоусъвършенстване с оглед създаване на съвременна организационна култура в туризма, приложението на която ще доведе до формиране на лоялни на българския туристически продукт, потребители.

**Г 8.52. Караджова, Зл., Обучението – дългосрочна инвестиция или перманентен разход в отрасъл „Туризмъ“? Научна конференция с международно участие – „Знанието – традиции, иновации, перспективи“, провеждана към Бургаски свободен университет, том 3, Бургас, 2013, с. 85-92.**

Една от характеристиките на трудовия живот на човека е, че за да бъде на необходимото ниво в работата си, за да се чувства компетентен и в крак с времето, за да използва иновациите, е необходимо да има непрекъснато възможност да актуализира знанията си и да усвоява нови техники и технологии. Обучението на персонала е важен елемент от развитието на човешките ресурси в туристическата организация.

С настоящия доклад се поставя следната основна цел: *да се анализира и оцени мястото и ролята на обучението на туристическите кадри.*

Конкретните изследователски задачи, с решаването на които се постига тази цел са:

- Конкретизиране целите на обучението;
- Изясняване основните форми на обучението;
- Обобщаване ползите от обучението както за организацията, така и за самите служители.

Обектът на изследване са служителите в туристическите предприятия, функциониращи на територията на Южното Черноморие, а предметът – видовете обучения, които се прилагат в тях.

Основната теза в настоящата разработка е, че „има само едно нещо, което струва повече от образованието в дълъг период – липсата му“.

**IV. Възможности на българските туроператори за посредничество в областта на здравния туризъм. (научни трудове и публикации по показател Г 8.9, Г 8.20, Г8.35, Г 8.36, Г 8.44, Е 20.1)**

*Предмет на научните ми интереси в тази област са теоретико - методологични и приложни въпроси отнасящи се до дейността на туроператорите и турагентите, разглеждани като връзката между производителите на основни и допълнителни туристически услуги и техните потенциални и реални потребители. Работейки през летните сезони като лицензиран екскурзовод, (<https://ntr.tourism.government.bg/Web/Certificates.nsf/guides.xsp>) вписан в националния туристически регистър под номер Е- 00212 за най-големите световни и български туроператори и съответно много добре познаваща материално-техническата база, не*

*само на Южното Черноморие, но и на нашата страна, спокойно мога да кажа, че водеща е тяхната роля в процеса на осигуряване на туристи и запълване на капацитета на местата за настаняване. Популяризирането на възможностите за здравен туризъм в България е ново водещо направление в тяхната дейност, което със сигурност ще допринесе за увеличаване на пазарния им дял и подобряване на финансовите резултати.*

*Посредничеството се променя и развива най-вече с включването на нови технологии в търсене на алтернативни варианти за покупка на туристически продукти и услуги. Един такъв алтернативен вариант за българските туроператори, е комбиниране на възможностите на продукта на морския с този на здравния туризъм.*

#### **Стаии и доклади:**

**Г 8.9. Karadzhoва, Zl., Management solutions for adapting the activities of tour operators in the conditions of a dynamically changing market, 39 International Scientific conference – Knowledge in practice, Institute of Knowledge Management, 16-18.12.2022, volume 55.1, Skopje, ISSN 2545-4439, 2022, pp.69-74.**

More and more tourist services are offered on the so-called electronic market, and more and more destinations have web pages, social network profiles, etc., from which the potential visitor could inform himself, plan, book and purchase a particular Tourist service. Electronic commerce is based on the fusion of information and communication technologies with business, marketing and sales, as the media used for communication and interaction is the global network (Internet), corporate and local networks around the world.

In general, e-commerce in tourism consists of business transactions that are implemented through telecommunication systems - the Internet. And tourism is a classic example of how the electronic marketplace can change the structure of an industry.

The purpose of this article is to examine the contemporary challenges in the activity of tourist operators in the conditions of a turbulent market. For the purpose thus set, the following tasks have found their solution: the characteristics of the electronic market have been examined, the main problems have been identified, and possible solutions have been given.

In conclusion, the need for management solutions guaranteeing the adaptation of the activity of tour operators, taking into account the dynamic changes of our time, is substantiated.

**Г 8.20. Торманов, З., Зл. Караджова, (2019) Туроператорът – комисионер или посредник, Сп. „Икономически и социални алтернативи“, бр. 4, 2019, с. 67, УНСС, гр. София, ISSN 1314-6556.**

От позициите на българското право туроператорът е самостоятелен търговец, който изготвя туристически пакети и ги продава на основа на сключени договори за туристически пакети. Туроператорът консолидира на договорна основа услуги, предоставяни от други търговци, и ги предлага на пазара под формата на туристически пакети. С оглед на тази икономическа схема се поставя въпросът в какво качество действа туроператорът – като комисионер или като посредник или в друго качество. Намирането на отговор на този въпрос се явява и целта на нашия доклад.

В статията са разгледани обстойно същността на пътническите агенции, техните основни функции, както и допълнителните такива. Обоснована е тезата, че туроператорът не е комисионер на доставчиците, нито е посредник между тях и пътуващия/туриста за предоставянето на отделните туристически услуги, включени в пакета. Ние смятаме и се аргументираме в полза на издигнатата от нас теза, че туроператорът е основна страна по договора за туристически пакет и той се сключва за негова сметка.

В заключение можем да кажем, че договорът за туристически пакет е самостоятелен вид договор, към който могат да се прилагат общите правила за договорите.

**Г 8.35. Karadjova, Zl., (2014) Investments and innovations in the activity of Bulgarian tour operators, Академично списание „Управление и образование, кн. 2, том 10, Бургас, 2014, ISSN 13126121, с. 70-75.**

This article examines the potential direction of investment and innovation for travel agencies in Bulgaria. The terms tour operator, investment and innovation are defined. The specific features of complex investments in tourism are highlighted, particularly those of intermediaries, and key factors for success. To meet a requirement for this innovation one phenomenon needs to be present. That is the basic parameter and the direction for innovating the tour operator's product work together.

In conclusion, the emphasis for that to be successful with investing in innovation, must include any interaction with the environment and experiments - a future market that will use the product. Successful innovations needs the eco - system to support them, and this eco - system is actually the context in which the product will be used – the infrastructure needs customers.

**Г 8.36. Караджова, Зл., (2013) Влияние на глобализацията върху посредническите дейности, годишник на Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – книга 2, т. XLII, 2013, с. 173-179, ISSN 1312-1359.**

Туроператорите осъществяват връзката между производителите на основни и допълнителни туристически услуги и техните потенциални и реални клиенти. Те са тези, които трансформират туристическите стоки и услуги във форма и оформят вълнуващ акт на покупка. Глобализацията е структурен процес, който осигурява висок потенциал за развитие на международния туризъм. Разкрива нови възможности за бум на туристическите агенции чрез развитие на всички видове транспорт, с помощта на които се създава глобална свобода за бързо придвижване; стимулира растежа на туризма чрез инвестиции в глобални електронни информационни и комуникационни технологии и мрежи, както и чрез глобални медии; създава в развитите общества нова конфигурация на социалното време чрез възможности за пътуване и развлечение.

**Г 8.44. Караджова, Зл., Албена Янакиева, (2019) Възможности на българските туроператори за посредничество в областта на здравния туризъм, Българска академия на науките, Международна научна конференция, “Икономическо развитие и политики: реалности и перспективи”, посветена на 70-годишнината на Института за икономически изследвания при БАН, 21-22.11.2019, с. 690-699, София, ISBN 978-619-245-039-7.**

Потребността от посредници в българския туризъм има обективен характер, дължащ се на бурното развитие на туристическата индустрия у нас. Като производители на туристически пътувания с обща цена, която при всички случаи е по-ниска от общата цена на индивидуалните услуги, включени в пакета те създават условия за въвличане на все по-широки слоеве от населението в туристическото движение или с други думи казано те съдействат за неговото масовизиране и демократизиране.

Целта на настоящия доклад е да се анализират възможностите на българските туроператори/турагенти за посредничество в областта на здравния туризъм. За постигане на тази цел е проведено анкетно проучване сред двадесет водещи туроператори, за анализиране потенциала на Област Бургас за предоставяне на услугите на здравен (профилактичен, спа и медицински) туризъм, както и интереса на техните контингенти туристи към тях.

**Г 8.53. Караджова, Зл., (2013) Съвременни тенденции в дейността на пътническата агенция в контекста на устойчивото туристическо развитие, Международна научна**

**конференция „Отговорен туризъм 2020”, Колеж по туризъм, Варна, 04.10.2013., Том 2, Изд. „Наука и икономика”, УИ-Варна, ISBN 978-954-21-0666-1, с. 89 – 99.**

Светът се променя, следователно се променят и методите на действие, предизвикателствата и възможностите. Технологиите в наши дни се превръщат в жизненоважна част от туристическата индустрия и нейната ефективност. Много тенденции остават незабелязани от нашите туристически агенти и макротенденции, които не бива да се пренебрегват. Сред тях най-важна е онлайн резервацията. Във времена на икономическа криза клиентите търсят възможно най-добрата сделка за резервация и покупка онлайн. Залог за успех е подобряването на сегментирането и идентифицирането на конкретни целеви групи. Ниската цена е една от основните причини за избора на туристите. Втората важна причина е удобството. Не във всички случаи обаче цената се определя, има много други критерии. Туристите търсят добра сделка. Това не означава най-ниска цена, а качество, отговарящо на определено ценово ниво и осигуряващо устойчиво развитие на туризма.

**По показател Е-20 – публикуван университетски учебник или учебник, който се използва в училищната мрежа.**

Е 20.1. Караджова, Зл., (2013) Туроператорска, агентска и туристическа транспортна дейност, Изд. „Университет „Проф. д-р Асен Златаров”, Бургас, 2013, ISBN 978-954-8422-96-3, с. 1-270.

Предмет на разработката са теоретико - методологични и приложни въпроси отнасящи се до дейността на туроператорите и турагентите, разглеждани като връзката между производителите на основни и допълнителни туристически услуги и техните потенциални и реални потребители -туристите.

Съдържанието на тази книга е композирано в четири глави.

В първа глава се спира вниманието на срещани, но не открити в теорията постулати относно комплексното разглеждане на пътническата агенция в системата на туризма. Специално място е отделено на изясняване същността на пътническата агенция, на основните ѝ функции, дейности и задачи, на нейната роля и значение. Разгледани са видовете туроператори, проследено е историческото развитие и съвременните тенденции в този бизнес.

Втора глава е посветена на двете основни дейности на пътническата агенция, а именно организаторска и посредническа. Основен акцент тук е правното регламентиране, основните постановки в договора за организирано туристическо пътуване и цитираните от мен механизми за гарантиране правата на туристите – изключително полезно с оглед зачестилите фалити на наши и чужди туроператори.

Международният туризъм е „най-видимото изражение на глобализацията”. Това явление разкрива нови възможности за бум на посредническите дейности чрез стремглавото развитие на всички видове транспорт и най-вече на въздушния, с помощта на който се създава глобална свобода за бързо придвижване; стимулира растежа на туризма чрез глобалните електронни информационни и комуникационни технологии и мрежи, както и чрез глобалните медии; създава в развитите общества нова конфигурация на социалното време чрез раздробяване на неработното и фрагментиране на ваканционното такова. В същото време в резултат на международната кооперация на производството, развитието на международното разделение на труда, външната търговия и международните икономически отношения се засилват взаимовръзките и взаимозависимостта на националните икономики, което явление е прието да се нарича интернационализация на икономиката. Трета глава

разглежда влиянието на глобализацията и интернационализацията в дейността на посредниците.

В четвърта глава се разглежда мястото и ролята на транспортната дейност в туризма. Открити са характеристиките на пътническия и туристическия транспорт и взаимодействията между туризма и транспорта. Посочени са технико - икономическите особености, материално -техническата база и показателите за характеристика на видовете пътнически транспорт. Специално място е отделено на предимствата и недостатъците на туристическите пътувания с пътнически и туристически транспорт. Разработката приключва с разглеждането на пътническите транспортни и специализирани туристически тарифи.

Книгата е плод на теоретичната и практическата ми подготовка и работа по разглежданите от мен въпроси. Разработена е въз основа на съвременната научна специализирана литература и собствения ми практически опит. Ползваните литературни източници са коректно цитирани, а постановките в много от тях са обогатени, доразвити и интерпретирани според собственото ми мнение. Едновременно с това са аргументирани нови теоретични и практични, което предполага по - нататъшни анализи за потвърждаване на тяхната валидност и приложимост.

**V. Възможности за диверсифицирано предлагане и иновиране на българския туристически продукт, в контекста на устойчивото развитие и емоционално и психично здраве. Комуникационни канали за разпознаваемост. (публикации по показател Г8.4, Г 8.27, Г 8.30, Г 8.31, Г 8.32, Г 8.37, Г 8.39, Г 8.40, Г 8.42; Г8.50.)**

#### **Статии и доклади:**

**Г 8.4. Караджова, Зл., (2023) Форми на рекреация в контекста на общественото здравеопазване**

Една от основните отлики на пост-COVID-19 туризма е изискването за здравна безопасност, т.е. възможното свеждане до минимум на опасността от заразяване с коронавирус. Това изискване предполага, отново, спазване на социална дистанция и гаранция за спазване на най-високи стандарти за хигиена в заведенията за хранене и настаняване. В същото време изискванията на новия турист за уникалност и удовлетворение при посещението на дадена дестинация остават непроменени. Съчетани заедно, тези изисквания водят до все по-силно растящата популярност на пътуванията със собствен транспорт. По този начин се избягва събирането на непознати хора в обществен транспорт, повишават се гъвкавостта във времето и мобилността, а също и възможността за посещение на различни от традиционните туристически дестинации. Това, от своя страна, води до възхода на малко популярни или несъществуващи преди пандемията нови туристически дестинации, които предлагат уникални преживявания в здравословна среда поради липсата на пренаселеност.

**Г 8.27. Karadzhova, Zl., (2016) The impact of the cruise industry on tourism destination Bulgaria, Академично списание „Управление и образование, кн. 2, том 12, Бургас, 2016, ISSN 13126121, с. 44-50., EBSCO Publishing.**

From its establishment until today, cruise tourism, as with many areas dependent on human ingenuity has evolved. It has increased not only with the capacity of passengers but also their design. Every newly built cruise ship is more impressive than previously, with much more variety on board. This serves to satisfy even the most capricious desires of travelers. Once a vehicle with a practical orientation (cruise ships used to be the only link with America), luxury ocean liners are

now seen as synonymous with vacations and entertainment. Within 8-14 days (as is the normal duration of a trip) passengers enjoy a varied program, pleasant international company, exceptional care and 100% comfort. Companies organising cruise tourism, realise the high competition in the industry and strive always to provide a first class service and also facilities that cater for all its passengers.

This article analyzes the impact of the cruise industry over Bulgarian tourism. The role of tourist motivation for taking this kind of trip, the cruise industry development and the conditions for cruise tourism in Bulgaria are reviewed. At the end is highlighted cruise impact's overview.

The subject of the study is cruise tourism in Bulgaria.

The object of the study are environmental, economic, social and cultural affects over tourism industry in Bulgaria.

**Г 8.30. Караджова, Зл., (2016) Предизвикателства и перспективи пред спортния туризъм в община Бургас, Научни трудове, АИ „Аграрен Университет – Пловдив”, 2016, том XL, кн. 1, КРЪГЛА МАСА „Специализирани видове туризъм – предизвикателства и перспективи”, с. 121-128, EBSCO Publishing. ISSN 1312-6318**

В настоящата икономическа среда конкурентоспособността на туристическите дестинации съответства на разнообразието от допълнителни услуги, които съпътстват предлагането на основния туристически продукт. В този контекст подчертахме ролята на спортния туризъм като част от комплексен анимиран туристически продукт. Спортът и туризмът си взаимодействат, носят повече емоция и положително преживяване за туристите и спортистите, а за тези, които предоставят услугата – положителен икономически резултат. Обект на изследването е спортният туризъм в община Бургас. Проучването се фокусира върху предизвикателствата и перспективите пред неговото развитие. Целта е да се обоснове ролята на спортния туризъм като фактор, осигуряващ конкурентни предимства на общината и водещ до подобряване благосъстоянието на местната общност. За реализиране на поставената цел се решават следните задачи: дефинират се понятията спорт, туризъм, спортен туризъм, анимация, спортна анимация; Направен е SWOT анализ на спортния туризъм в Бургас и са направени изводи и препоръки за бъдещото развитие на спорта в едноименната община.

**Г 8.31. Караджова, Зл., (2016) Стратегически подходи за развитие на културния туризъм в община Несебър, Юбилеен сборник в чест на 90-годишнината на професор –доктор на икономическите науки Тончо Трендафилов на Висше училище по сигурност и охрана, Пловдив, 2016, с. 181 – 189, ISBN 978-619-7343-00-7.**

В настоящия доклад е разгледано понятието „културен туризъм” и са анализирани предпоставките за развитието на тази алтернативна форма на туризъм в община Несебър. Стои и показва убедително доказателство, че само с налагането на своя приоритет ще може да се наложи град, който е част от културното наследство на ЮНЕСКО, като устойчива целогодишна туристическа дестинация. Накрая са дефинирани конкретни стратегически подходи за развитие на културния туризъм в община Несебър.

**Г 8.32. Караджова, Зл., Зл. Димитрова, (2016) Възможности за приложение на анимацията в круизния туризъм, годишник на Университет „Проф. д-р Асен Златаров” 2016, том XLV, КНИГА 2, Обществени науки, част1 – с.193-200, част 2 – с. 201-207.**

Круизният туризъм звучи интригуващо, звучи екзотично и все пак – някак непознато. Или поне в България. Анимацията е дейност, свързана с промените в причините за пътуването и ценностната система на туристите, като определяща възникналата необходимост от разнообразие и стимулираща дейност. Обект на изследване в тази статия

са анимационни продукти, предлагани в най-големите круизни кораби в света. Обектът е конкретно круизен туризъм. Целта е да се докаже, че круизният туризъм, предлагащ широки възможности за развитие на анимационни програми, се е утвърдил като популярен начин за почивка и е най-вече успешна финансова инвестиция.

**Г 8.37. Караджова, Зл., (2014) Комуникационни канали за разпознаваемост на българския туристически продукт на международния пазар, Международна научна конференция „Съвременни управленски практики VIII – Целесъобразност и риск в бизнес проектите” към БСУ, Бургас, 06-07.06. 2014, с. 259-266, ISSN 1313-8758.**

Бъдещето на туристическия бизнес е невъзможно без открита комуникация, основните елементи, на която в новия дигитален свят следва да бъдат: блог; видео; социални мрежи; E-mail маркетинг. Съвременните туристи искат срещу парите си да получат най-качествените услуги и най-доброто обслужване. Внедряването в маркетинговия процес на качествена система за интегрирани комуникационни канали и управлението на отношенията с клиентите ще увеличи шансовете на българския туристически продукт на международния пазар.

**Г 8.39. Караджова, Зл., Валентина Маренова, Възможности за диверсифицирано предлагане в българския туризъм, Юбилейна Международна научна конференция в чест на 100 – годишнината от основаването на ИУ – Варна – „Икономическа наука, образование и реална икономика: развитие и взаимодействия в дигиталната епоха“, 11-12. 05.2020, том 1, Изд. „Наука и икономика“ ISBN 978-954-21-1037-8 с. 400 – 410.**

Търсенето на възможности за разнообразяване на туристическия продукт е един от сигурните начини за повишаване на ефективността на българския туризъм. Живеем в свят на технологии и технологично мислене. В контекста на динамичното развитие на пазара и съществуващата голяма конкуренция, той също така успешно служи като инструмент за управление на риска, като избягва концентрирането върху производството на един продукт, услуга и / или предлагането им само на ограничен пазар, като например туризма. С интелигентното си прилагане диверсификацията помага да се поддържа стабилността на фирмата дори по време на криза, тъй като обикновено икономическият спад не настъпва едновременно във всички сектори и на всички пазари.

Туристическият бранш в България е силно обвързан със сезонността, което изостря един от основните проблеми пред сектора, а именно осигуряването на целогодишна работа. Диверсификацията на бизнеса може да бъде един от начините за решаване на проблема със сезонно наетия персонал. Диверсификацията на бизнеса предоставя на бизнеса конкурентни предимства, като създава условия за намаляване на бизнес риска. Следователно това е подходящ инструмент за развитие на бизнеса. Но за да бъде успешна, са необходими задълбочени познания и сериозен предварителен анализ на средата и самата компания.

**Г 8.40. Маренова, В., Зл. Караджова, Връзка и зависимост между синия растеж и иновационната активност на предприятията от туристическата индустрия в регион Южно Черноморие, Международна научна конференция – БСУ, „Дигитални трансформации, медии и обществено включване, 05-06.06.2020, с.191-199, ISBN 978-619-7126-92-1.**

„Иновациите са икономически феномен.“ Според икономическата теория на Шумпетер икономическото развитие се дължи на иновациите в динамична среда, където старите пазари се разрушават и се заменят с нови – така нареченото творческо унищожение. Обект на изследване в настоящия доклад са предприятия от туристическия сектор с предмет на дейност в Южното Черноморие.



Предмет на изследването - връзката "иновации - син растеж" в туристическата индустрия.

Основната цел на изследването е да се проведе проучване за обобщаване на възможностите за иновации в предприятията, приложими в туристическия сектор, дали те водят до повишаване на конкурентоспособността, дали компаниите генерират по-високи печалби след въвеждането на иновации, дали броят на служителите им, какви инвестиции използват за реализиране на иновациите.

Изследването е специализирано, поради което представителната извадка включва мнения на мениджъри от най-високо управленско ниво - 67 представители на туристическия бизнес в периода юни 2017 г. - януари 2019 г.

Темата за иновациите в туризма ще се развива все повече и ще предизвиква все по-голям интерес, предвид динамичното развитие на сектора и технологиите.

**Г 8.42. Караджова, Зл., (2019) Възможности за развитие на приключенски туризъм в област Бургас, 19-20 септември, (2019) г. Варна, Золотые Пески, Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы развития ресторанного, гостиничного и туристического бизнеса в условиях мировой интеграции: достижения и перспективы», УДК 640.432:339.924, ББК 65.431.14, А43, ISBN 978-966-405-486-4, с. 18-25.**

През 80-те години на 20-ти век в туристическата теория и практика се появява понятието "алтернативен туризъм", във връзка с което се започва да се говори и за приключенски туризъм. Терминът се отличава с многоаспектно съдържание, причина за което са новите идеи за туристически продукти, свързани с развитието на туризма в глобален мащаб.

Обектът на изследването е дестинация Бургас с нейните благоприятни предпоставки за приключенски туризъм - природни дадености, антропогенни ресурси, налични институционално-организационни предпоставки. Целта е да се разкрият нови възможности за развитие на приключенския туризъм в посочената област.

Изследователските задачи, с които се преследва постигането на целта са както следва:

- Да се изясни същността на понятието "приключенски туризъм", като се проследи неговото възникване и развитие; Да се определят условията, необходими за развитието на приключенски туризъм, характеристиките на свързаните с него туристически продукти, формите и начините на тяхното предлагане; Да се анализира развитието на приключенски туризъм в област Бургас, като се разкрие състоянието и динамиката на неговото предлагане; Да се предложи вариант на продуктова палитра на приключенски туризъм в регион Бургас; Да се очертаят насоки за усъвършенстване на комерсиализацията на приключенски туризъм в област Бургас.

**Г 8.50. Караджова, Зл., Възможности за развитие на яхтен туризъм по Българското Черноморие, Морска конференция: Книга към научен форум „Черно море – граница или врата”/ Водата, морето, крайбрежията – богатствата на безкрайните територии/, 02. 12. 2016 г., Изд. „Бряг“ Бургас, 2018, с. 44-48.**

Яхтения туризъм може да бъде разглеждан като един от начините за постигане на една от стратегическите цели пред българския туризъм – позициониране на България като туристическа дестинация от по-висок клас на световния туристически пазар. развитието на яхтения туризъм може да подпомогне създаването на отличителен и оригинален национален туристически продукт. Актуалността и значимостта на темата се обуславя от перспективата яхтения туризъм да се превърне във водещ за развитието на всички останали дейности, свързани с морския туризъм.

## **ОБОБЩЕНИЕ НА ПРИНОСНИТЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ЦЯЛОСТНАТА НАУЧНО-ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА ДЕЙНОСТ:**

1. Открито е водещата роля на здравния туризъм като перспективно направление за увеличаване конкурентоспособността на дестинация България на световния/ вътрешен и международен пазар/. Обосновава се неговата важност като алтернатива на масовия морски и планински туризъм с оглед преодоляване текучеството на кадри и създаване на целогодишна трудова заетост.

2. Оформена е целева класификация на видовете здравен туризъм, представен е профилът на потребителя на здравно-туристическа услуга. Описани са ресурсите на област Бургас за развитие на този вид туризъм, както и предпоставките за избор на Българското Южно Черноморие като туристическа дестинация с медицинска цел, мотивационните фактори за избор на здравноориентиран туризъм в България, и перспективите за усъвършенстване на дейностите, практиките и активностите в сектора.

3. Представени са изследвания, които разкриват социално-икономическото влияние на пандемията Ковид 19, отражението върху мотивите на хората за пътуване и възможностите за устойчиво развитие на съвременното общество чрез превенция, профилактика и здравно-възстановителни процедури.

4. Направено е научно – практическо изследване, чрез което се анализира възможността за позициониране на България като дестинация за здравен туризъм с активното участие на туроператорите като посредници между първичното туристическо търсене и предлагане и най-вече като доставчици на здравно – туристически услуги (лечебни заведения, СПА хотели и рекреационни центрове).

5. Изследвано е влиянието на терористичните и кибер атаки върху туристическото поведение и е представено проведено анкетно проучване сред българските хотелиери с цел установяване степента на готовност за реакция на хотелските комплекси по Южно Черноморие при евентуални терористични действия и кибер атаки. Формулирани са препоръки за конкретни действия, които приложени на практика, гарантират физическата, морална и емоционална сигурност и безопасност на българските и международни туристи в контекста на общественото здравеопазване.

6. Доказва се водещата роля на качеството като основно конкурентно предимство. Изведени са критериите за качество на услугите в здравния туризъм. Формулирани са принципите за разработване на система по качество в здравния туризъм, представени са основните стандарти по качество, разработана е технология за сертифициране, доказана е ползата от внедряване на стандарти.

7. Представени са възможностите за диверсифициране и иновиране на българския туристически продукт и неговото устойчиво развитие чрез обогатяване с продукта на алтернативни видове туризъм – културен, спортен, приключенски, яхтен, круизен, които предложени като комплексен туристически продукт на националния и международен туристически пазар ще допринесат за подобряване имиджа на България като известна и конкурентоспособна дестинация на световния пазар на здравно-възстановителни услуги.

8. Експонирана е връзката и зависимостта между възможностите за отдих и възстановяване на физическите и психически сили на човека и неговото здраве. Представено

е научно-практическо изследване на автора, целящо да разкрие най-предпочитаните начини за рекреация, пригодността на България да се позиционира като рекреативна четири сезонна дестинация и ролята на туроператорите за нейното популяризиране като такава. Дадени са насоки относно позиционирането на страната ни като целогодишна дестинация, предлагаща прекрасни възможности за активна и пасивна рекреация. Изследването затвърждава водещата роля на здравния туризъм като най-предпочитан начин за рекреация.

9. Разгледани са съвременните тенденции в развитието на нашето общество, предизвикателствата пред управлението на човешките ресурси в качеството им на основен капитал на обществото и отражението на днешното забързано ежедневие върху човешкото здраве. Откроена е връзката и зависимостта между качеството на образованието, кариерното развитие и качеството на живот.

10. Във връзка с наложилата се тенденция за създаване на хибридни специалности, обединяващи различни професионални направления и подготовката на специалисти със знания и умения в повече от една професионална област, е създадена нова магистърска програма „Здравен туризъм“ в ПН 7.4 «Обществено здраве» от катедра «Организация и управление на здравеопазването», Университет «Проф. д-р Асен Златаров» - Бургас. Опирайки се на петте стратегически цели от Плана за развитие на здравен туризъм в България за периода 2022 – 2025 г. на Министерството на туризма, свързани със създаване, налагане на имидж и позициониране на България като туристическа дестинация за здравен туризъм, с отговорни институции Министерството на туризма и Министерството на здравеопазването,

[https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2021-12/plan\\_zdraven\\_turizum\\_2022\\_-\\_2025.pdf](https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2021-12/plan_zdraven_turizum_2022_-_2025.pdf) магистърска програма „Здравен туризъм“ е предназначена за обучение на специалисти с компетенции, както от ПН 3.9.Туризъм, така и от ПН 7.4. Обществено здраве.

Магистърската програма е инспирирана и по изисквания на бизнеса, а именно: медицински и рехабилитационни центрове и лечебни заведения, планиращи да сключат договори със здравните каси и на други държави, СПА и уелнес хотелски комплекси, все повече акцентирани на здравните услуги, специализирани болници за лечение и рехабилитация, центрове за комплексни медико-социални грижи, хосписи за рехабилитация и палативни грижи и всички заинтересовани страни от здравната инфраструктура.

**Подпис:**  
**(доц. д-р Златина Караджова)**