



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“

КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА”

РЕЗЮМЕТА

НА НАУЧНИТЕ ТРУДОВЕ

НА ГЛ. АС. Д-Р ВЕЛИНА ИВАНЧЕВА КАЗАНДЖИЕВА

ЗА УЧАСТИЕ В КОНКУРС ЗА „ДОЦЕНТ”

ПО ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 3.9 ТУРИЗЪМ,

НАУЧНА СПЕЦИАЛНОСТ „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ”

(ТУРИЗЪМ)



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА”

РЕЗЮМЕТА

на научните трудове

на гл. ас. д-р Велина Иванчева Казанджиева

за участие в конкурс за „доцент”
по професионално направление 3.9 Туризъм,
научна специалност „Икономика и управление” (Туризъм),
обявен за нуждите на катедра „Икономика и организация на туризма”
при ИУ - Варна, ДВ, бр. 108/17.12.2013 г.

Общ №	№ в група	Вид на публикацията; заглавие; издателство; обем в стандартни страници; резюме; ключови думи	Рецензенти/ Редакционен съвет; ISBN/ISSN; JEL класификация
		Б. НАУЧНИ ТРУДОВЕ ЗА УЧАСТИЕ В КОНКУРС ЗА „ДОЦЕНТ”	
		I. Монографии	
1.	1.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Конкурентоспособност на туристическата дестинация</i>. Изд. „ФИЛ”, Варна, 2013, с. 72-87, с. 102-124, с. 172-186 (лично участие 76 станд. с.).</p> <p>Публикация във връзка с проект: „Изследване на конкурентоспособността на община Варна като туристическа дестинация” по Договор № по НИР – 56 от 05.06.2012 г. с Икономически университет – Варна за научни изследвания за приложни научни разработки, НП-69/2012 г.</p> <p>Резюме: Глобализационните процеси поставят функционирането на туристическите дестинации в нова среда. Изострената глобална конкуренция преразпределя пазарните дялове на туристическите места, а проблемите на тяхната конкурентоспособност са особено актуални. Целта на изследването в монографията е да се разработи теоретичен модел за оценка и управление на конкурентоспособността на туристическата дестинация.</p> <p>В частите с лично участие на автора са дефинирани и характеризирани инфраструктурата, системите за сигурност и</p>	<p>Рецензент: доц. д-р Тая Дъбева</p> <p>ISBN 978-954-9741-17-9</p> <p>JEL: L83</p>

	<p>безопасност в туристическите места, както и дистрибуционните системи на дестинациите.</p> <p>Инфраструктурата е разгледана като широкообхватно понятие. Комплексното ѝ съдържание се обуславя от въздействията на нейните компоненти върху конкурентоспособността на туристическата дестинация. Инфраструктурата има директен принос в развитието на туризма и оказва силно влияние върху качеството на туристическия продукт като елемент от неговото съдържание.</p> <p>Въпреки, че част от съоръженията са специално предназначени за развитие на туризма, цялата инфраструктура в дестинацията се използва от местни жители и посетители. Инфраструктурните съоръжения са групирани на такива за: транспорт; настаняване; хранене и развлечения; посещение на ресурси и атракции; комуникация; основни (базови) и допълнителни услуги. Посочени са индикатори и водещи критерии за оценка на инфраструктурата.</p> <p>Сигурността и безопасността в туристическите места са разгледани като фактори, определящи конкурентоспособността на дестинациите. Конкретизирани са по-важните аспекти на сигурност и безопасност в туризма. Посочени са основните направления за гарантиране на безопасността в дестинациите: лична безопасност на посетителите и имуществото им; безопасност на околната среда в курортите; безопасност на националните интереси на приемащата страна.</p> <p>Рисковете и заплахите при организиране и провеждане на пътуване са групирани в четири основни групи: външни за туризма; вътрешни за туризма; индивидуални (лични); физически и екологични. Определени са мерки, формиращи комплекс от мероприятия за безопасност в туризма, както и критерии за конкурентоспособност на системите за сигурност.</p> <p>Степента на конкурентоспособност на туристическите места зависи от съответствието на тяхната дистрибуционна система с промените и тенденциите в разпределението на туристическите продукти. Анализирани са структурно-функционални модели на взаимовръзки в системата за дистрибуция на дестинация. Моделът показва необходимост от интензивно използване на технологиите и интернет при обслужване на потребители, и предоставя благоприятни възможности за електронна продажба на туристически услуги. Разгледан е и съвременният модел на взаимовръзки в системата за дистрибуция на дестинацията.</p> <p>Представени са добри практики на организации за управление</p>	
--	---	--

		<p>на дестинации. На основата на изследване на функционалните характеристики на интернет страниците на примерите за дистрибуционни системи са изведени критерии за оценка на тяхната конкурентоспособност. Групирани са в три основни напавления: общо съдържание; резервации и плащания на услуги; възможности за взаимодействие.</p> <p>Ключови думи: дестинация, конкурентоспособност, сигурност и безопасност, инфраструктура, дистрибуция.</p>	
2.	2.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Малките и средните предприятия в туризма на българското Черноморие</i>. Изд. „Наука и икономика” на ИУ-Варна, 2013, с. 68-167 (лично участие 106 станд. с.). Публикация във връзка с международен проект: „Черноморска мрежа за регионално развитие” BlasNET по Договор № 1.1.3.6571-MIS-ETC 234-64832/30.08.2011 г.</p> <p>Резюме: Актуалността на проблематиката в монографичния труд е определена от водещата роля на малките и средните предприятия (МСП) в туризма. Анализирани и оценени е политиката за развитие на тези предприятия в Р. България.</p> <p>В самостоятелните части са дефинирани и изследвани условията и факторите за развитие на МСП в туризма у нас. По-важните резултати от анализите и оценките са: достъпът до публични услуги за дребния бизнес в туризма се нуждае от подобряване; данъчното облагане затруднява дейността на МСП в туризма; ниско е равнището на иновативност на туристическия бизнес, а собствениците на фирми в туризма са слабо предприемчиви; в България възможностите на дребния бизнес за достъп до финансиране са ограничени и се използват рядко; имиджът на страната, в т.ч. и в туризма пред чуждите инвеститори е увреден; ниски са нивото на интернационализация и степента на информираност за международните пазари от страна на МСП в туризма на страната.</p> <p>Общата характеристика на дребния и средния туристически бизнес у нас показва: преобладаващ дял на микрофирмите, които осигуряват най-висока заетост; висок дял на приходите, осигурени от МСП в туризма и повишаване на техния обем през анализирания период само при микропредприятията; концентрация на съвкупни ДМА в дребния туристически бизнес.</p> <p>Ключови думи: туристически МСП, българско Черноморие, приходи, разходи, заетост.</p>	<p>Рецензенти: проф. д-р Светла Ракаджийска доц. д-р Теодорина Турлакова</p> <p>ISBN 978-954-21-0648-7</p> <p>JEL: L83</p>
3.	3.	<p>Казанджиева, В. <i>Предизвикателства и алтернативи пред туристическите агенти в България</i>. . Изд. „Наука и икономика” на ИУ - Варна, 2014, с. (188 станд. с.).</p>	<p>Рецензенти: проф. д-р Светла Ракаджийска</p>

	<p>Резюме: Монографичното изследване е посветено на промените в традиционната роля и значение на класическите туристически агенти. Въздействията на измененията са част от комплексен процес на реструктуриране на традиционната туристическа агентска дейност. Целта на процеса е подобряване на нейната адаптивност и гъвкавост към технологичните промени и поведението на потребителите, както и повишаване на конкурентоспособността на турагентите. Елиминирането им от потребителите и първичните доставчици в туризма е резултат от усъвършенстване на технологиите и разширяване на достъпа до интернет.</p> <p>Изследователската цел на разработката е: чрез теоретична обосновка, анализ и оценка на състоянието и проблемите в дейността на туристическите агенти в България да се определят стратегическите насоки за тяхното ефективно развитие и отстояване на позициите в туристическата дистрибуционна система. В монографията са изследвани съвременните турагенти и е характеризирана тяхната дейност. Анализирани и оценени са състоянието и проблемите в дейността на туристическите агенти в България. Определени са стратегическите насоки за подобряване на дейността и алтернативите за ефективно развитие пред турагентите у нас.</p> <p>В монографичния труд е направена теоретична характеристика на туристическите агенти, анализирани са техните функции и задачи. Разработена е класификация и са определени особеностите на обслужването при турагентите. Оценена е тяхната роля и значение при реализацията на услуги и продукти за пътувания и туризъм.</p> <p>Направена е характеристика на дейността на съвременните туристически агенти. По-важните изводи са: значително влияние на технологиите и интернет, онлайн посредниците и поведението на потребителите; разнообразни източници на приходи; реализиран преход от комисиони към персонализирани такси за обслужване; благоприятни възможности за утвърждаване ролята и мястото на турагентите в дистрибуционната система на туризма.</p> <p>Характеристиката на дейността на туристическите агенти в България показва: забавяне в утвърждаване на ролята и значението на турагентите на вътрешния и международния туристически пазар; необходимост от предприемане на стратегии за повишаване на ефективността и конкурентоспособността на турагентите;</p>	<p>проф. д-р Марин Нешков</p> <p>ISBN 978-954-21-0742-2</p> <p>JEL: L83</p>
--	---	---

		<p>наличие на специфични проблеми в туристическата агентска дейност у нас.</p> <p>В монографичния труд са предложени стратегически насоки и алтернативи за развитие на туристическите агенти в България. Представените идеи се отнасят до: предприемане на инициативи за приспособяване към динамиката на туристическия пазар (реален и виртуален) и поведението на потребителите; оптимизиране на приходите чрез въвеждане на ефективна схема на персонализирани такси за обслужване; управление на връзките с клиенти в реална и виртуална среда; изграждане и поддържане на лоялност към услугите на турагентите.</p> <p>Ключови думи: турагенти, технологии, приходи, лоялност.</p>	
II. Студии			
4.	1.	<p>Казанджиева, В. <i>Теоретични аспекти на продукта на тематичния увеселителен парк</i>. Годишник на ИУ - Варна, Том 75, 2003, с. 298 – 336 (54 станд. с.).</p> <p>Резюме: В разработката са изследвани същността и особеностите на продукта на тематичните развлекателни паркове. Направен е теоретичен анализ на изследванията, свързани с тези паркове. Предлаганите от тях продукти са разгледани като специализирани, за които са характерни особеностите на класическите туристически продукти, но допълнени със спецификата на развлекателната дейност в увеселителните паркове.</p> <p>Изследвана е структурата на продукта, в която преобладават веществените елементи. Те създават тематичната и материалната среда, в която нематериалните компоненти реализират ефектите си. Анализирани и оценени са основните модели на практическа реализация на продукта на популярни тематични паркове в САЩ, Германия и България.</p> <p>Направени са предложения за повишаване комплексното влияние на продукта на тематичните развлекателни паркове във връзка с подобряване имиджа на туристическото място.</p> <p>Ключови думи: тематични паркове, продукт, модели, туризъм.</p>	<p>Рецензенти: доц. д-р Марин Нешков доц. д-р Елена Георгиева</p> <p>ISSN 0861-6752</p> <p>JEL: L83</p>
III. Научни статии			
5.	1.	<p>Казанджиева, В. <i>Развлекателните паркове в съвременния туризъм</i>. //сп., „Известия” на Университетско издателство – ИУ Варна, бр. 2, 1997, с. 88 – 100 (16 станд. с.).</p>	<p>Редакционна колегия: проф. д-р Здравко</p>

		<p>Резюме: Развлекателната дейност придобива все по-голямо значение за развитието на съвременния туризъм. Броят на тематичните паркове в света нараства. Увеличава се търсенето на развлекателни услуги и ефективността от експлоатацията на изградени тематични паркове.</p> <p>В статията е направена същностна характеристика на тематичния парк като типичен представител на развлекателната индустрия. Разработена е класификация на увеселителните паркове според критериите: функционално предназначение, големина и брой посетители, период на възникване. Представени са основни проблеми при експлоатацията на тематичните паркове.</p> <p>Ключови думи: тематични паркове, развлекателна дейност, класификация, проблеми.</p>	<p>Ковачев проф. д-р Калю Донев доц. д-р Христина Казашка доц. д-р Стефан Хрелев доц. д-р Светла Ракаджийска и др.</p> <p>ISSN 1310-0343</p> <p>JEL: L83</p>
6.	2.	<p>Казанджиева, В. <i>Индустрията на свободното време - настояще и бъдеще.</i> // сп. „Известия” на Университетско издателство – ИУ Варна, бр. 3, 1999, с. 98 – 106 (16 станд. с.).</p> <p>Резюме: Индустрията на свободното време, заедно с туризма изпълнява важна роля и значение в националната и световната икономика. Броят и разнообразието на местата за отдих и развлечение в света нараства. Наборът от дейности за оползотворяване на свободното време също се увеличава. Повишава се търсенето на ефективни и атрактивни възможности за отдих и почивка.</p> <p>В статията са представени водещи концепции, свързани с индустрията на свободното време. Акцентът е поставен върху неговите специфични особености и начини за оползотворяване. Направена е типология на видовете дейности, предприемани през свободното време.</p> <p>В България функционирането на индустрията на свободното време е в начален стадий на развитие. Независимо от това отразените в статията тенденции намират своето специфично проявление и у нас.</p> <p>Ключови думи: свободно време, дейности, почивка, тенденции.</p>	<p>Редакционна колегия: проф. д-р Здравко Ковачев проф. д-р Калю Донев доц. д-р Христина Казашка доц. д-р Стефан Хрелев доц. д-р Светла Ракаджийска и др.</p> <p>ISSN 1310-0343</p> <p>JEL: L83</p>
7.	3.	<p>Казанджиева, В. <i>Вызовы, стоящие перед турагенствами в Болгарии в условиях электронной торговли.</i> Сб. статьи Международной научно-практической конференции „Стратегия развития туризма и рекреации”, Филиал ФГБОУ ВПО „РГУиС”, Махачкала, 2011, с. 58 – 65 (10 станд. с.).</p>	<p>Редакционна колегия: доц. д-р Татяна Христова З. М. Ханбабаева А.М. Курбанова</p>

		<p>Резюме: В статията са представени основни резултати от ситуационния анализ на пътническите агенции в България. Конкретизирани са по-важните проблеми и тенденции в развитието на онлайн търговията в посредническата дейност. Направени са предложения за запазване на позициите на пътническите агенции в дистрибуционната система на туризма. Непрекъснатата промяна и адаптацията на туроператорите и турагентите към съвременните изменения в поведението на потребителите са определени като основни фактори за успех на тяхната дейност.</p> <p>Ключови думи: онлайн търговия, пътнически агенции, тенденции.</p>	<p>ISBN 978-5-9903350-1-1</p> <p>JEL: L83</p>
8.	4.	<p>Казанджиева, В. <i>Управлението на връзките с клиентите в пътническите агенции няма алтернатива.</i> //сп. „Култура и туризъм”, бр. 3, 2012, с. 38 – 41 (7 станд. с.).</p> <p>Резюме: Познаването и разбирането на потребностите на съвременните туристи се поддържа чрез въздействие върху натрупани в продължителен период от време подробни данни, получени от многобройни компютърни и информационни устройства. С разрастване на бизнеса във виртуална среда, актуалност придобиват автоматизираните програми за управление на връзките с клиенти. Предприемането на бързи и гъвкави действия за внедряването им, комбинирани с усилия за повишаване на сигурността и гаранциите за покупко-продажбите в мрежата, води до утвърждаване на пътническите агенции като компетентни и надеждни експерт-консултанти в реализацията на туристически услуги и пакетни пътувания.</p> <p>Ключови думи: взаимоотношения, клиенти, технологии, пътнически агенции.</p>	<p>Редакционен съвет: доц. д-р Веселина Димитрова проф. д-р Марин Нешков доц. д-р Стоян Маринов и др.</p> <p>ISSN 1314-5282</p> <p>JEL: L83</p>
9.	5.	<p>Kazandzhieva, V. <i>Impact of e-commerce on travel intermediaries in Bulgaria.</i> European Journal of Tourism Research, International University College, Vol. 5, Issue 1, 2012, pp. 84 – 88. (9 станд. с.).</p> <p>Резюме: Разработката представя по-важните резултати от изследване влиянието на електронната търговия върху дейността на турагентите в България. Определена е методологията на проучването, съобразена със същността и особеностите на предмета и обекта на изследване.</p> <p>Анализът на резултатите показва комплексно и нееднозначно отношение към продажбите на туристически услуги в интернет. Те се реализират при наличието на съществени проблеми и заплахи, както в дейността на</p>	<p>Editorial board: Alastair Morrison Alexandru Nedelea Astrid Kemperman Maria Vodenska Svetla Rakadjiska</p> <p>ISSN (PRINT): 1994-7658 ISSN (ONLINE): 1314-0817</p> <p>JEL: L83</p>

		<p>посредниците, така и за потребителите.</p> <p>Ключови думи: посредници, потребители, онлайн продажби.</p>	
10.	6.	<p>Казанджиева, В. <i>Лоялност на потребителите към пътническите агенции.</i> // сп. „Известия”, Изд. „Наука и икономика” на ИУ - Варна, бр. 2, 2013, с. 79 – 91 (17 станд. с.).</p> <p>Резюме: Предмет на изследване в статията са възможностите за повишаване лоялността на потребителите към услугите, предлагани от пътнически агенции. Обект на проучване е поведението на българите като клиенти на тези предприятия и склонността им да поддържат дълготрайни взаимоотношения с тях.</p> <p>Основна цел на статията е да се анализира и оцени отношението и ангажираността на клиентите към услугите на пътническите агенции в България. Дефинирана е лоялността на потребителя към дейността на посредника. Определени са особеностите на туристическата лоялност към туроператорите.</p> <p>Оценена е лоялността на българите като потребители на посреднически услуги. Отношението им е по-скоро негативно и с ниска степен на ангажираност към предлаганите еднородни туристически продукти. Доверието към агенциите е ниско и се формира от липсата на постоянен опит с определена марка туристически продукт.</p> <p>Определени са възможности за поддържане на стратегически взаимоотношения с клиентите, увеличаващи лоялността им към агенциите. По-важните насоки в това направление са: повишаване качеството на обслужване и удовлетвореността; продуктова и ценова диференциация и специализация; ефективни програми за лоялност; управление на рекламации и др.</p> <p>Ключови думи: лоялност, потребители, пътнически агенции.</p>	<p>Редакционна колегия: проф. д-р Калю Донеv доц. д-р Веселина Димитрова проф. д-р Светла Ракаджийска проф. д-р Зоя Младенова доц. д-р Стоян Маринов и др.</p> <p>ISSN 1310-0343</p> <p>JEL: L83</p>
IV. Научни доклади			
11.	1.	<p>Казанджиева, В. <i>Туризмът и индустрията на свободното време в началото на новото столетие.</i> Сб. докл. от научна конференция „Бизнес промените и предизвикателствата на XXI век”, ИУ - Варна, 1999, с. 160 – 174 (17 станд. с.).</p> <p>Резюме: Поставената цел в доклада е да се разкрият същността, обхвата и тенденциите в индустрията на свободното време и развлеченията. В рамките на разработката са представени основните тенденции и прогнози, свързани с развитието на туризма като интегрална част от тази индустрия.</p> <p>Понятията „свободно време”, „рекреация” и „туризъм” са</p>	<p>ISBN 954-21-0084-1</p> <p>JEL: L83</p>

		<p>изключително близки. В тази връзка в доклада са характеризирани специфичните им особености, както и предприеманите дейности, изпълващи тяхното съдържание.</p> <p>Ключови думи: свободно време, рекреация, дейности, почивка, тенденции.</p>	
12.	2.	<p>Казанджиева, В. <i>Тенденции в развитието на индустрията на свободното време</i>. Сборник доклади Втора българо-египетска конференция „Икономиките в преход”, Свищов, 2000, с. 219 – 221 (6 станд. с.).</p> <p>Резюме: През 60-те г. на ХХ в. се поставя началото на съвременните изследвания, чиито основен предмет е индустрията на свободното време. Поставената цел в доклада е определяне на обхвата и тенденциите в развитието на тази индустрия. По-важните от тях са: растеж на индустрията; повишени очаквания и изисквания на клиентите; структурни промени на пазара на индустрията на свободното време; развитие на интегрирани градски мултифункционални комплекси и др. В доклада са синтезирани промените и положителните ефекти от развитието на индустрията на свободното време и в България.</p> <p>Ключови думи: свободно време, туризъм, тенденции, ефекти.</p>	<p>Програмен комитет: проф. д-р Ахмед Шукри доц. д-р Нено Павлов доц. д-р Бойко Атанасов и др.</p> <p>ISBN 954-23-0009-3</p> <p>JEL: L83</p>
13.	3.	<p>Казанджиева, В. <i>Тенденции в развитието на туристическия транспорт</i>. Сб. докл. от Международна юбилейна научна конференция „Икономиката и развитието на обществото”, Том IV, ИУ – Варна, 2002, с. 348 – 353 (8 станд. с.).</p> <p>Резюме: Транспортът е важна интегрална част на туристическата индустрия. Поставената цел в доклада е изследване на тенденциите в туристическия транспорт в европейските страни и определяне на насоките за развитие на българската практика в това направление. Влиянието на европейската транспортна политика се основава на два взаимнодопълващи се икономически принципа: определяща ефективност и политическа отговорност.</p> <p>На територията на Европа най-голям е относителният дял на туристическите пътувания с автомобил, следвани от тези, със самолет и жп транспорт. В доклада са представени основните тенденции при пристиганията на международните туристи в България по видове транспорт. Определени са водещите направления на правителствената транспортна политика.</p> <p>Ключови думи: транспортна политика, туризъм, тенденции.</p>	<p>Организационен комитет: доц. д-р Светла Ракаджийска проф. д-р Гено Генов проф. д-р Здравко Ковачев доц. д-р Апостол Апостолов доц. д-р Марин Нешков доц. д-р Юлия Узунова доц. д-р Стефан Хрелев и др.</p> <p>ISBN 954-21-0125-2 (т. 4)</p> <p>JEL: L83</p>
14.	4.	<p>Казанджиева, В. <i>Тенденции в развитието на тематичните паркове</i>. Сб. докл. от Юбилейна научна конференция</p>	<p>JEL: L83</p>

		<p>„Туризмът през XXI век”, Софийски университет „Св. Климент Охридски”, 2002, с. 271 – 277 (6 станд. с.).</p> <p>Резюме: Качествените и структурните промени в индустрията на свободното време и туризма определят развитието и обогатяването на развлекателната дейност. Тя е в основата на концепцията за тематичните паркове. Данните за посещаемостта им показват нарастване на тяхното значение и популярност като основни мотиви за предприемане на туристическо пътуване.</p> <p>Тематичните паркове са сред най-посещаваните атракции в развитите туристически държави. Значителният ръст на приходите от развлекателна дейност е обективно основание за дефинирането ѝ от изследователите като „индустрия на тематичните паркове”.</p> <p>Ключови думи: тематични паркове, посещаемост, проблеми.</p>	
15.	5.	<p>Kazandzhieva, V., съавторство. <i>Scientific methods and approaches applied in the measurement of productivity in tourism</i>. International scientific conference „Tourism in the new millennium”, University press, South – West University of Neofit Rilsky, Blagoevgrad, 2007, Volume 2, pp. 220-233 (лично участие 12 станд. с.).</p> <p>Резюме: Съществена характеристика на туризма е участието на клиента в процеса на обслужване. В частта с лично участие е изяснена същността на ефективността в туризма. Представени са факторире, които оказват влияние върху нейното равнище. Ефективността е класифицирана на вътрешна и външна. Определени са по-важните критерии и индикатори за нейното измерване и оценка.</p> <p>Ключови думи: ефективност, фактори, обслужване.</p>	<p>Организационен комитет: проф. д-р Манол Рибов проф. д-р Васил Пехливанов доц. д-р Чавдар Николов доц. д-р Георги Георгиев и др.</p> <p>ISBN 978-954-680-488-4</p> <p>JEL: L83</p>
16.	6.	<p>Казанджиева, В. <i>Възможности за усъвършенстване на методиката за текущ контрол при обучението на студентите в специалност „Туризм”</i>. Сб. докл. „Икономика и управление”, бр. 3, Изд. Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски” - Благоевград, 2008, с. 71 – 76 (9 станд. с.).</p> <p>Резюме: Поставената цел в доклада е: да се представи и анализира опитът при оценяване знанията и уменията на студентите от специалност „Туризм” в ИУ-Варна по примера на дисциплината „Пътнически агенции и транспорт в туризма”. Представени са основните форми на текущ контрол по дисциплината. Конкретизирани са силните и слабите страни при приложението на методиката за оценяване знанията и</p>	<p>Редакционна колегия: проф. д-р Васил Пехливанов доц. д-р Георги Георгиев доц. д-р Димитър Димитров проф. д-р Зоран Иванович</p> <p>ISSN 1312-594X</p> <p>JEL: L83</p>

		<p>уменията на студентите. Направени са предложения и са представени идеи за нейното обогатяване и усъвършенстване.</p> <p>Ключови думи: висше образование, туризъм, оценяване.</p>	
17.	7.	<p>Kazandzhieva, V., съавторство. <i>Improving the distribution of Bulgarian seaside holiday hotels</i>. Journal of economics, University of Tourism and Management – Skopje, 2010, Vol.1, № 1, pp. 29 – 37 (лично участие 8 станд. с.).</p> <p>Резюме: Целта на доклада е: на основата на анализ на тенденциите в начините за разпределение на хотелиерския продукт да се предложи модел за усъвършенстване на дистрибуцията на морските ваканционни хотели в България.</p> <p>В самостоятелната част на разработката са изследвани тенденциите и промените в каналите за разпределение на туристическите продукти. Представени са особеностите на съвременното хотелиерство и задачите при дистрибуцията на хотелиерските продукти. Направена е характеристика на информационната и резервационната подсистема в модела за дистрибуция на морските ваканционни хотели.</p> <p>Ключови думи: хотелиерство, дистрибуция, тенденции.</p>	<p>Международен научен комитет: prof. Zoran Ivanovic, Ph.D. prof. Amal Aboufayad, Ph.D. prof. Ahmed Aktaş, Ph.D.</p> <p>Print ISSN: 1857-6974; Electronic ISSN: 1857-6982</p> <p>JEL: L83</p>
18.	8.	<p>Казанджиева, В. <i>Управление на взаимоотношенията с клиентите в пътническите агенции в България</i>. Сб. докл. от Юбилейна научна конференция с международно участие. Том II, Изд. „Авангард Прима”, София, 2011, с. 218 – 227 (13 станд. с.).</p> <p>Резюме: Изобилието от информация и разнообразието от систематизирани данни подпомагат и увеличават доходността на туристическите компании, улесняват управлението на динамичните взаимоотношения с техните клиенти. Реализира се бърз преход от информационна технология към технология на взаимодействието. Положителните ефекти са значителни за тези, които насърчават и подпомагат управлението на взаимоотношенията (взаимовръзките) с клиентите (УВК).</p> <p>Целесъобразно е, пътническите агенции да концентрират усилията си върху потребителите, а не само върху туристическите услуги и продукти. Системата за УВК следва да се възприема не само като технология или програмен продукт, а като клиентоориентиран подход за повишаване доходността на посредническия бизнес и подобряване на организацията му.</p> <p>Ключови думи: управление на връзки с клиенти, пътнически агенции, ползи.</p>	<p>Организационен комитет: проф. д-р Димитър Тадарьков проф. д-р Манол Рибов проф. д-р Таня Парушева доц. д-р Мариана Янева и др.</p> <p>ISBN 978-954-323-906-1</p> <p>JEL: L83</p>

19.	9.	<p>Казанджиева, В. <i>Повишаване конкурентоспособността на пътническите агенции</i>. Сб. докл. от Международна научна конференция. УНСС, София, 2012, с. 367 – 373 (13 станд. с.).</p> <p>Резюме: Поставената цел в доклада е: на основата на оценка на значението на онлайн дистрибуцията и анализ на промените в поведението на потребителите да се направят предложения за подобряване на конкурентоспособността на пътническите агенции (ПА).</p> <p>В разработката е дефинирана конкурентоспособността и са определени факторите, които влияят върху нейното равнище в организаторската и посредническата дейност. Идентифицирани са предимствата и недостатъците от продажбите на туристически услуги на виртуалните пазари. Определени са насоките за подобряване на конкурентоспособността на ПА в условията на нараснали онлайн продажби и интензивно използване на технологиите в дейността им.</p> <p>Ключови думи: конкурентоспособност, фактори, пътнически агенции, предимства.</p>	<p>Организационен комитет: проф. д-р Димитър Тадаръков проф. д-р Манол Рибов проф. д-р Таня Парушева доц. д-р Мариана Янева и др.</p> <p>ISSN 1314-7226</p> <p>JEL: L83</p>
V. Учебници и учебни помагала			
20.	1.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Въведение в туризма</i>. Университетско издателство на ИУ - Варна, 2001, с. 245 – 272 (лично участие 40 станд. с.).</p> <p>Резюме: В самостоятелна част на учебника е дефинирана икономическата ефективност на туризма и са определени нейните особености. Систематизирани са факторите и детерминантите, които влияят върху ефективността в туризма. За оценка на равнището на икономическа ефективност са предложени цели и критерии, групирани на стопанско, отраслово и фирмено равнище.</p> <p>Системата от показатели за измерване на икономическата ефективност в туризма включва такива за: обем на туристопотока; състояние и развитие на материалната база в туризма; финансово-икономическите дейности на туристическите фирми; развитие на международния туризъм; оценка на мултипликационния ефект в туризма.</p> <p>Насоките за повишаване на икономическата ефективност в туризма са разгледани като система от взаимносвързани мерки на различните равнища на нейното проявление.</p> <p>Ключови думи: ефективност, туризъм, показатели, критерии.</p>	<p>Рецензенти: доц. д-р Татяна Христова доц. д-р Елена Атанасова</p> <p>ISBN 954-21-0136-8</p> <p>JEL: L83</p>

21.	2.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Въведение в туризма</i>. Изд. „Наука и икономика” на ИУ - Варна, 2007, с. 237 – 275 (лично участие 52 станд. с.).</p> <p>Резюме: Във второто преработено издание на учебника същността и особеностите на икономическата ефективност на туризма са допълнени и разширени. Факторите, въздействащи върху равнището ѝ са групирани на вътрешни и външни. Определени са посоките на техните влияния.</p> <p>Представена е същността на туристическите сателитни сметки като международно признат стандарт за измерване на икономическите ефекти от туризма. Посочени са целите на тяхното приложение. Определени са изискванията, на които следва да отговаря комплексът от показатели за измерване на икономическата ефективност на туризма. Групата на показателите за финансово-икономическите ефекти от дейността на туристическите фирми е допълнена с показатели за: норма на печалба; ликвидност; и платежоспособност.</p> <p>Разширени и допълнени са специфичните особености на мултипликационния ефект в туризма. Представени са най-често използваните модели за оценка на мултипликаторите: базов, кейнсиански и вложено-получено.</p> <p>Ключови думи: ефективност в туризъм, сателитни сметки, показатели, мултипликатори.</p>	<p>Рецензент: доц. д-р Татяна Христова</p> <p>ISBN 978-954-21-0287-8</p> <p>JEL: L83</p>
22.	3.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Икономика на туристическата фирма</i>. Издателство НБУ, София, 2007, с. 155 – 171; 195 – 232 (лично участие 75 станд. с.).</p> <p>Резюме: Иновациите са важен фактор за конкурентоспособност на туристическата фирма и необходимо условия за нейния растеж. Инвестициите и инвестиционната политика определят възможностите за увеличаване на икономическите ефекти от дейността на фирмите в туризма. Това обосновава необходимостта от изучаване на същността, особеностите и видовете иновации и инвестиции в туризма.</p> <p>Приходите, разходите и печалбата са основни икономически показатели, които определят финансовото състояние на туристическите фирми. В самостоятелна част на учебника тези показатели са разгледани като взаимно свързани и обуславящи причинно-следствените връзки с финансовите цели и фирмената стратегия.</p> <p>Икономическата ефективност на туристическата фирма</p>	<p>Рецензент: доц. д-р Георги Цоников</p> <p>ISBN 978-954-535-480-9</p> <p>JEL: L83</p>

		<p>характеризира получените резултати от дейността (хотелиерска, ресторантьорска, туроператорска, транспортна и др.). Изследвани са същността и особеностите на нейното проявление на фирмено равнище. Систематизирани са критерии за измерване и оценка според интересите на основните икономически субекти и целите на анализа. Определени са по-важните насоки за повишаване на фирмената икономическа ефективност.</p> <p>Ключови думи: инвестиции, иновации, ефективност, приходи, разходи, печалба.</p>	
23.	4.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Екскурзоводство</i>. Изд. „Наука и икономика” на ИУ – Варна, 2008, с. 155 – 231; 260 – 365 (лично участие 279 станд. с.).</p> <p>Резюме: В методическото помагало на учебника е представена България като туристическа дестинация. Характеризирани са по-важните периоди в историческото развитие на българската държава. Направена е природогеографска характеристика и са определени демографските особености на населението на страната. Представени са държавното устройство, културата, традициите и обичаите на българите.</p> <p>Направена е обща характеристика на туристическите места и обекти в Р. България, групирани в четири основни направления: природни, исторически, етнографски обекти и курортни селища. Разгледани са правните условия за развитие на екскурзоводската дейност у нас по отношение на правилата за пребиваване на чужденци в страната, нормативите в Закона за туризма и Закона за защита на потребителите.</p> <p>Ключови думи: екскурзии, обслужване, екскурзовод, анимация, туристически маршрути и обекти.</p>	<p>Рецензент: доц. д-р Найден Апостолов</p> <p>ISBN 978-954-21-0365-3</p> <p>JEL: L83</p>
24.	5.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Икономика и управление на туристическото предприятие</i>. Изд. „Наука и икономика” на ИУ – Варна, 2009, с. 134 – 152; 174 – 226 (лично участие 83 станд. с.).</p> <p>Резюме: В самостоятелна част са представени основни въпроси, свързани с иновациите и инвестициите на туристическото предприятие. Видовете иновации и инвестиции са класифицирани по избрани признаци. Определени са източниците на нововъведения и критериите за оценка на инвестиционни проекти. Посочени са фактори, които влияят върху размера на средствата за нововъведения и инвестиции в туризма. Представени са съдържанието и обхвата на</p>	<p>Рецензент: доц. д-р Георги Цоников</p> <p>ISBN 978-954-21-0406-3</p> <p>JEL: L83</p>

		<p>иновационната и инвестиционната политика на туристическото предприятие. Специално внимание е отделено на оценката на риска и ефективността на иновациите и инвестициите.</p> <p>Приходите, разходите и печалбата на туристическото предприятие са класифицирани по различни признаци. Определени са факторите, които влияят върху техните величини. Разгледани са възможностите за увеличаване на приходите и понижаване на разходите, както и по-важните направления за намаляване на себестойността на туристическите услуги. Представени са насоки за разпределение и максимизиране на печалбата на туристическото предприятие.</p> <p>Промените в критериите за ефективност са разгледани в контекста на еволюцията на управленската теория и практика. Разграничени са основни видове ефективност според: потребностите, резултатите и разходите. Насоките за повишаване на икономическата ефективност на туристическото предприятие са допълнени с предложения за приложение на Балансирана система от показатели за ефективност.</p> <p>Ключови думи: инвестиции, иновации, ефективност, приходи, разходи, печалба.</p>	
25.	6.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Макрорегулиране на туристическия бизнес</i>. Изд. „Наука и икономика” на ИУ – Варна, 2013, с. 135 – 233 (лично участие 113 станд. с.).</p> <p>Резюме: Учебникът представя специализирано знание за управление и регулиране на туристическия бизнес на международно, национално и местно равнище.</p> <p>В самостоятелна част са представени разнообразни инструменти за макрорегулиране на туристическото развитие. Дефинирани са правните, фискалните и социалните регулатори на туристическия бизнес и са определени механизмите на техните въздействия. Характеризирани са ефектите и особеностите от приложението на различните регулатори в туризма.</p> <p>Видовете режими (валутен, митнически, визов, граничен и санитарен) като инструменти за регулиране на международния туризъм са насочени към защита на държавните интереси и сигурността на дестинацията. Те гарантират правата и безопасността на чуждестранните посетители и местното население, в съответствие с възможностите за опростяване на туристическите формалности. Изяснени са механизмите на въздействие на режимите върху туристическия бизнес.</p>	<p>Рецензент: доц. д-р Стоян Маринов</p> <p>ISBN 978-954-21-0633-3</p> <p>JEL: L83</p>

		<p>Националното (вътрешното) регулиране на туризма се обособява на основата на пространствено-икономическите структури в обществената регулативна система. Определени и характеризирани са особеностите на хоризонталното и вертикалното регулиране на туристическия бизнес. Представена е ролята на публичния сектор при прякото и косвеното регулиране на туризма и са класифицирани въздействията от регулативния процес. Дефинирана е същността на националните стратегии и проекти за туристическо развитие, които разширяват обхвата си и имат водеща роля в регулирането на туризма на ниво дестинация.</p> <p>В самостоятелен параграф са определени и характеризирани основните нормативни инструменти (международни документи), регулиращи туризма на глобално равнище и в рамките на ЕС.</p> <p>Ключови думи: регулиране, туристически бизнес, правни регулатори, туристически данъци, режими, документи.</p>	
26.	7.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Пътнически агенции и транспорт в туризма</i>. Изд. „Наука и икономика” на ИУ – Варна, 2013, с. 96 – 150; с. 193 – 222 (лично участие 89 станд. с.).</p> <p>Резюме: Учебникът е второ преработено и допълнено издание, което доразвива постиженията в областта на туроператорската, агентската и транспортната дейност в туризма.</p> <p>В самостоятелна част агентската (посредническата) дейност е разгледана в контекста на съвременните промени и тенденции в поведението на потребителите при подготовка и организиране на пътуване. Представени са факторите, които влияят върху дейността на турагентите. Определени са ефектите им, както и тенденциите в посредническата дейност. Разгледани са „добри практики” за адаптация на посредническата дейност към актуалните изменения в дистрибуционната система на туризма. Прогнозирани са три основни сценария за бъдещето на турагентите: песимистичен (диспосредничество); оптимистичен; реалистичен (адаптация и приспособяване).</p> <p>В раздела за пътническите агенции (ПА) в България е направен преглед на правното регламентиране на дейността на този вид предприятия у нас. Характеризирани са туроператорите и турагентите като е определена видовата и териториалната им структура в нашата страна. Представени са по-важните особености на предлагането на водещи ПА у нас. Специфичните проблеми са систематизирани в четири основни групи: правни, технологични, във връзка с обслужването в туристическите офиси, по отношение</p>	<p>Рецензент: доц. д-р Стоян Маринов</p> <p>ISBN 978-954-21-0719-4</p> <p>JEL: L83</p>

		<p>обема и характера на туристическото потребление.</p> <p>Ключови думи: турагенти, технологии, тенденции, проблеми.</p>	
27.	8.	<p>Казанджиева, В., съавторство. <i>Въведение в туризма</i>. Изд. „Наука и икономика” на ИУ - Варна, 2014, (лично участие 57 станд. с.). Под печат. (Служебна бележка Изх. № 22/03.02.2014 г. от Издателство „Наука и икономика” на ИУ-Варна)</p> <p>Резюме: В третото преработено издание на учебника авторът представя водещите проблеми и конфликти в съвременния туризъм. Дефинирана е сезонността на туристическата дейност и са определени причините за нейното проявление. Систематизирани са стратегии за приспособяване към влиянията на сезонността.</p> <p>Класифицирани са отрицателните ефекти от масовия туризъм върху природната среда и негативните въздействия, резултат от конфликтите в отношенията туристи-местни жители. Определени са причините за взаимната обусловеност между туризма и антихуманните явления (тероризъм, престъпност, проституция и др.), както и последиците от причинно-следствените връзки между тях.</p> <p>В одетелен параграф е дефинирана концепцията за устойчиво развитие на туристическата дейност и са определени глобални критерии и индикатори за устойчив туризъм.</p> <p>В самостоятелна част са систематизирани същността и особеностите, критериите и показателите за икономическата ефективност на туризма. Най-общо е представено съдържанието на Сателитните сметки за туризма като международно приета статистическа система за класифициране и анализ на туристически разходи. Посочени са фактори, които влияят върху стойностите на туристическите мултипликатори, както и по-важните зависимости по отношение на техните величини.</p> <p>Ключови думи: проблеми, сезонност, устойчив туризъм, последици, ефективност.</p>	<p>Рецензент: проф. д-р Светла Ракаджийска</p> <p>JEL: L83</p>