

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**

**ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“**

**КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА”**

## **РЕЗЮМЕТА**

**НА НАУЧНИТЕ ТРУДОВЕ**

**НА ГЛ. АС. Д-Р ГЕОРГИНА ГЕОРГИЕВА ЛУКАНОВА**

**за участие в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“  
по професионално направление 3.9. Туризъм  
научна специалност „Икономика и управление на туризма“  
(Хотелиерство и ресторантьорство), , обявен за нуждите на катедра  
„Икономика и организация на туризма“ при Икономически университет  
– Варна (ДВ, бр. 90/15.11.2016 г.)**

## I. МОНОГРАФИЯ

**1.1. Луканова, Г. (2017)** *Социално-икономически измерения на хотелиерското обслужване*. Варна: „Наука и икономика“, 240 стр.

Изследването на хотелиерското обслужване в представената монография е мотивирано от необходимостта да се разкрият нови възможности за успешно развитие на хотелиерския бизнес в условията на изострена конкуренция, свръхкапацитет на хотелиерската суперструктура и на динамични промени в характеристиките на туристическото търсене. Съвременните пазарни изменения налагат необходимостта от въвеждането в организацията на хотелиерската дейност на иновативни и гъвкави управленски подходи и концепции за предоставянето на оригинален и качествен продукт, който не само да удовлетворява, но и да надминава очакванията на гостите. Във фокуса на тези концепции стои процесът на създаване, реализация и потребление на хотелиерските услуги.

Настоящата публикация е посветена на хотелиерското обслужване като обосновава необходимостта от неговото усъвършенстване в синхрон с актуалните тенденции в международното и българското хотелиерство. Изследването е опит да се осмисли, подреди и систематизира наличната теоретична информация, свързана с хотелиерското обслужване, както и да се разкрият възможности за неговото усъвършенстване в различни аспекти.

Обект на изследване е хотелиерското обслужване и в частност хотелиерското обслужване в България, а предмет на изследване са неговите социални и икономически аспекти.

Основната изследователска цел на монографията е дефиниране на хотелиерското обслужване, систематизиране на неговите основни социално-икономически характеристики и на тази база разкриване на някои възможности за развитие на обслужването в българското хотелиерство, чрез анализ на въздействието на външни и вътрешни фактори. Реализирането на поставената цел определя следните научноизследователски задачи:

› теоретичен анализ и дефиниране на обслужването в хотелиерството, разкриване на неговите особености и модели за организация;

› теоретично изследване на икономическите характеристики на хотелиерското обслужване;

› теоретично изследване на социалните характеристики на хотелиерското обслужване, свързани с централната роля на клиента в процеса на производство и предоставяне на хотелиерските услуги;

› анализ на влиянието на факторите на външната среда и вътрешните детерминанти върху хотелиерското обслужване в България;

› разкриване на възможностите за развитие на хотелиерското обслужване в България.

Реализирането на основната цел и задачи на изследването се осъществява чрез прилагането интердисциплинарния подход. Реализирането му е свързано с използването на теоретични концепции, категории и понятия, характерни за общата теория, управлението, икономиката и маркетинга на хотелиерството.

В първата част е проследена теоретичната мисъл за процеса на създаване и реализация на услугите, изследвани са различни модели за представяне на обслужването в хотелиерството, изведени са неговите вътрешносистемни особености, анализирани са влиянията на факторите на външната среда. На тази база са изведени авторово определение и е синтезиран авторски концептуален модел за хотелиерско обслужване. Предложеният авторски концептуален модел е подходящ за анализ и оценка на системата за обслужване във всеки индивидуален обект или група обекти, независимо от вида, категорията и капацитета им, както и за сравнение между отделни обекти. Специално място е отделено на ролята на клиента в системата за производство и предоставяне на хотелиерските услуги и значението на участието му в процеса. В този контекст са представени видовете системи и операции в хотелиерското обслужване.

Във втората част на изследването са представени ключови теории и хипотетични модели, свързани с икономическите параметри на хотелиерското обслужване. Изяснени са концепциите за производителност, ефикасност, качество и ефективност на хотелиерското обслужване, на които е отделено много малко внимание в българската специализирана литература.

Третата част на изследването е фокусирана върху социалните аспекти на хотелиерското обслужване, свързани с участието на клиента в процеса на предоставяне на услугите и значението му като ключов фактор за крайните ефекти както за хотелиерската организация, така и за самите потребители. В тази връзка са представени концепциите за клиентската удовлетвореност, управлението на взаимоотношенията с клиентите, клиентската лоялност и управлението на потребителския опит като възможности за създаване на конкурентни предимства и постигане на конкурентоспособно предлагане.

В четвъртата част е анализирано състоянието и на тази база са определени някои възможности за усъвършенстването на обслужването в българското хотелиерство. Според теоретичните постановки изследването включва проследяване на влиянието на факторите на външната среда, както и на

специфични фактори, които оказват въздействие върху системата за предоставяне на хотелиерски услуги в България. Анализирани са и са оценени социалните, технологичните, икономическите, екологичните и законодателните влияния. От специфичните детерминанти са проучени структурните характеристики на българското хотелиерство. Според наличните информационни ресурси е направен подробен анализ на количествената, видовата и категорийната структура на хотелиерството в България. На фона на общата оценка са изведени някои основни насоки за усъвършенстване хотелиерското обслужване, от които биха могли да се възползват българските хотелиери. Готовността на организациите за проява на гъвкаво управленско мислене, за промяна и адаптиране е необходимо условие за дългосрочния успех на хотелиерските организации в условията на нарастващо предлагане, изострена конкуренция и все по-опитни и информирани клиенти. Направените препоръки не са императивни, изборът на възможности зависи от способността на хотелиерските организации да създадат и поддържат отлична материална среда, компетентни служители и променена управленска философия.

## II. МОНОГРАФИИ

по чл. 62, т. 4 от ПУРПНСЗАД в ИУ - Варна

**2.1. Луканова, Г.,** съавторство. **(2016)** *Приложение на тайм шеър в хотелиерството на приморските области на България.* Варна: „Наука и икономика“, лично участие 86 стр. (общо 217 стр.)

Тайм шеър е безспорно крупна иновация в областта на владене и експлоатация на хотелиерската собственост без еквивалент в хотелиерските продуктови концепции, която постъпателно се развива, обогатява и модифицира. Генезисът на тайм шеър е през 70-те години на 20 век, но масовизирането му е след 90-те години. Въпреки че научният и приложен интерес към тайм шеър се засилват, в България, както и в международен план изследванията са все още ограничени. Евентуалната причина е в "хибридния" характер на тайм шеър, позиционирането му между хотелиерството и недвижимата собственост. Това определя комплексния и многоаспектен характер на тайм шеър и необходимостта от изясняване на понятието както от теоретична гледна точка, така и разкриване на условията и предпоставките за практическото му приложение и развитие. Актуалността на разглежданата проблематика се доказва и от някои характеристики на българското хотелиерство, които благоприятстват приложението на тайм шеър, което за България е в начален етап.

В частите с лично участие на автора (Глава 2, § 2.1., § 2.2., § 2.3.1. и § 2.3.2.) са анализирани условията и предпоставките за приложението на тайм шеър в приморските области на България – Бургас, Варна и Добрич. Изследването стартира с проучване и оценка на действието на общите фактори за приложение на тайм шеър, последвано от специфичните, с акцент върху развитието на туризма и хотелиерството. Специално са проучени обема и характеристиките на хотелиерската суперструктура общо и за Черноморския регион. Направена е оценка на факторите като действието на специфичните фактори е дефинирано като по-скоро благоприятно.

Проведено е емпирично изследване на нагласите и оценката за възможностите за приложение на хотелиерски тайм шеър в изследваните приморски области при два от основните субекти по реализацията на продукта – мениджъра на тайм шеър обекта (като основен представител на тайм шеър предприемача) и тайм шеър собственика. Резултатите могат да бъдат обобщени като благоприятни за приложението и развитието на тайм шеър в изследваните области, тъй като позитивните оценки надхвърлят негативните и съществува интерес към продукта от страна на изследваните субекти.

**3.2. Луканова, Г., Т. Дъбева, Н. Апостолов. (2000) Хотелиерството в Европа – категории, локализации, развитие. Варна: „Кръг“, лично участие 50 стр.**

Изданието запознава с различни аспекти на европейското хотелиерство: теоретични, нормативни, географски, статистически. Актуалността на избраната проблематика е определена от традиционните за българския туризъм взаимовръзки с европейските страни, които са както емитивни пазари, така и основни конкуренти. Ориентацията ни към интеграция и сътрудничество също изисква запознаване с европейските категории и формиране на база за адаптиране и взаимодействие.

В самостоятелната част на автора (Глава 4) е направен ситуационен анализ на европейското хотелиерство. Анализирано е състоянието му общо и по страни, съпоставени са показатели, изведени са тенденции както в качествено, така и в количествено отношение. Изводът, който се налага от изследването е че независимо от многобройните нови дестинации, Европа остава основен притегателен център за туристите. В качествен аспект европейското хотелиерство все повече специализира продукта си, развива паралелно висококатегорийните и икономичния клас обекти, създават се и се утвърждават нови видове заведения за пребиваване. Американските и европейските хотелиерски вериги засилват присъствието си. Успоредно с тях съществуват и отстояват имиджа си и малките фамилни обекти.

### III. НАУЧНИ СТАТИИ

**4.1. Луканова, Г., Т. Дъбева, С. Маринов. (2016)** Конкурентни позиции на дестинация България в глобалния туризъм. // Известия на Съюза на учените – Варна, бр. 1, с. 184-196, лично участие 6 стр. (19).

В статията се разглежда развитието на глобалния туризъм. Представя се структурата на глобалния емитивен и глобалния рецептивен пазар по различни показатели. Извеждат се основните тенденции в климата на глобалното туристическо търсене и туристическо предлагане. Разглежда се мястото на дестинация България в глобалния туризъм. Прави се анализ на съвременното туристическо развитие на страната и се оценява равнището на туристическия сектор както на национално равнище, така и в международен план. За целта се изследват показатели и проучвания на авторитетни международни институции и организации. На основата на направения анализ се извеждат препоръки за бъдещото развитие на дестинация България в контекста на глобалните промени в туризма. Налага се заключението, че България има шанс да повиши своята конкурентоспособност чрез интензивното развитие на туризма като насочва инвестициите не в разширяването на хотелиерската суперструктура, а най-вече в усъвършенстване и диверсификация на туристическия продукт и повишаване на равнището на обслужване.

**5.2. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2016)** *Роля на хотелиерската суперструктура за развитие на алтернативни видове туризъм.* // Специализирани видове туризъм – предизвикателства и перспективи. Научни трудове. Пловдив: Академично издателство на Аграрния университет, том LX, кн. 1, юни, с. 33-40, лично участие 6 стр. (11).

След деветдесетте години на двадесети век придоби популярност терминът „алтернативен туризъм“ като антипод на масовия, предимно рекреативен туризъм. Възникването на алтернативния туризъм се обяснява с промени в мотивацията, съответно в поведението на туриста като потребител. Част от туристическата клиентела, най-напред в развитите икономически страни се ориентира към удовлетворяване на специфични потребности и мотиви като хоби интереси, опознаване и приобщаване към местната култура, бит и традиции, екологичен начин на живот, приключение и посещение на непознати места с неизвестни туристически ресурси и други. Привържениците на алтернативния туризъм отхвърлят стандартните продукти, което отправя ново предизвикателство към туристическото предлагане, най-съществената част от

което е хотелиерството. Целта на статията е да се очертае ролята на алтернативната хотелиерска суперструктура за развитието на алтернативните форми на туризъм. За нейното осъществяване се анализират няколко теории на български и чуждестранни изследователи, които разглеждат особеностите на хотелиерската суперструктура и на алтернативната хотелиерска суперструктура. На базата на направения анализ авторите представят собствена дефиниция и класификация на алтернативното хотелиерство и неговата суперструктура. На края в шест пункта се обобщава ролята на алтернативната хотелиерска суперструктура за развитието на алтернативните форми на туризъм.

**6.3. Луканова, Г., В. Казанджиева. (2016) Предимства на концепцията „Бавен туризъм“ в контекста на трансформациите в туризма. // Специализирани видове туризъм – предизвикателства и перспективи. Научни трудове. Пловдив: Академично издателство на Аграрния университет, том LX, кн. 1, юни, с. 85-92, лично участие 5 стр. (11).**

Разширяването на обхвата на слоулайф концепцията в сферата на отдиха, рекреацията и пътуванията води до появата на нови форми на туризъм, дефинирани като „бавни“. Те се възприемат като алтернатива на масовите туристически ваканции. Основната цел на статията е да се определят предимствата на бавния туризъм. Използваните изследователски методи са: организиране и систематизиране на информация и данни; оценка и интерпретиране на предимно непреки специализирани публикации. В разработката е предложена концептуална дефиниция за бавния туризъм и е проследена еволюцията на неговия теоретико-приложен модел. Той обединява същностните характеристики на три основни концепции: бавен живот, бавно хранене и бавни градове. Систематизирани са водещите трансформации в туристическото търсене. По-важните предимства на бавния туризъм са: интегрален характер; разнообразни възстановителни и познавателни въздействия върху посетителите; значителен потенциал за печелене на конкурентни предимства за дестинациите; въздействие върху имиджа на туристическите места и сегментацията на търсенето; поддържане на хармония и баланс между туристическата индустрия и заобикалящата я среда.

**7.4. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2015) Оценка на специфичните фактори за интернационализация на хотелиерския бизнес в България. // Инфраструктура и комуникации. София: УНСС, октомври, с. 139-147.**

Ролята, значението и сравнително богатата практика на франчайзинга провокира научен и приложен интерес, затова по посочената проблематика е

публикувана обширна литература. Специализираните изследвания на същността и особеностите на хотелиерския франчайзинг обаче са значително по-малко. Актуалността на избраната тематика се допълва и от съвременните изменения на хотелиерското търсене, свързани, както с ролята на опита и преживяванията по време на обслужването, така и с необходимостта от намаляване на риска и несигурността при потребяването на основни и допълнителни услуги, които до голяма степен се гарантират от стандартите и бизнес формата на франчайзинга. В тази връзка основната цел на настоящото изследване е да се направи оценка на специфичните фактори за интернационализация на хотелиерския бизнес в България и на тази база да се разкрият някои възможности за развитие на франчайзинга в българското хотелиерство.

В първата част на изследването се разглеждат развитието и особеностите на хотелиерския франчайзинг. По-нататък се прави оценъчен анализ на влиянието на специфичните фактори върху възможностите за приложение на франчайзинга в българския хотелиерски бизнес. В заключение се дават някои препоръки за бъдещото развитие на този бизнес формат в България.

**8.5. Луканова Г. Г., В. И. Казанджиева. (2015) Оценка на възможностите за културен туризъм в община Варна. // сборник статии „Социално-политическите и еколого-хозяйствените проблеми развития Балтийского региона“, Псков, с. 122-129, лично участие 4 стр. (8).**

Поставената цел в представената статия е: на основата на обща характеристика на наличните ресурси в община Варна и оценка на хотелиерската суперструктура да се предложат алтернативни варианти на културен туризъм. В статията е направена обща оценка на историческото, икономическото и културното развитие на Варна. Градът е сред най-посещаваните места в България, а потенциалът за културен туризъм в района не е достатъчно добре проучен и оползотворен. Алтернативите за създаване на културен туристически продукт са възможност за преодоляване на отрицателните ефекти от моноструктурното развитие на туризма в дестинация Варна и утвърждаването ѝ като водещо туристическо място за атрактивен културен туризъм. Анализирани са информацията от официални статистически източници и е характеризирани количествената, видовата и качествената структура на хотелиерството във Варна като важен компонент на продукта на културния туризъм. Данните за периода на проучването (2008-2014) показват динамиката в развитието на хотелиерската суперструктура преди и по време на международната икономическа криза. Определени са насоките за развитие на културен туризъм в община Варна, които дават възможност за разширяване и



мултиплициране на икономическите ефекти от туристическата дейност в дестинацията; намаляване отрицателното влияние на сезонния фактор чрез създаване на благоприятни възможности за удължаване на туристическия сезон; балансиране на натоварването и експлоатацията на хотелиерската суперструктура; и увеличаване комплексността на туристическото предлагане в района.

**9.6. Lukanova, G. (2014)** *Nature and structure of hotel service delivery system.* // *Wirtschaft und Management: Theorie und Praxis, Vol. 2, pp. 363-367,* публикацията е на руски език, 8 стр.

Настоящата статия е посветена на теоретичното изследване на хотелиерското обслужване. На основата на системния подход са представени неговата същност и особености. Разгледана е системата за предоставяне на хотелиерски услуги и е направена подробна характеристика на нейните елементи. Острата конкуренция между субектите на туристическия пазар заставя хотелиерските организации да се фокусират върху проектирането на ефективна система за обслужване с цел създаване ценност за клиента и дългосрочен успех за организацията. В тази връзка авторът счита, че тематиката, свързана с проблемите на хотелиерското обслужване е изключително актуална и има съществено значение за съвременното развитие на хотелиерския бизнес. Познаването на особеностите на хотелиерското обслужване предоставя основа за проектирането и развитието на продукти, които в максимална степен удовлетворяват потребностите и желанията на клиентите.

**10.7. Lukanova, G. (2014)** *The role of hotel superstructure in the development of Varna as a tourist destination.* // *Hotel Link, vol. 15, n. 23-24, pp. 113-124,* публикацията е на английски език, 14 стр.

Като една от основните дейности в туризма хотелиерството е необходимо условие за неговото развитие. То е основен компонент на туристическия продукт. Има определяща роля по отношението на останалите елементи, поради пряката му връзка с туристическите ресурси. Целта на това изследване е да се разкрие значението на хотелиерството и неговата суперструктура за развитието на конкретен район като туристическа дестинация. Ето защо в първата част на статията се изясняват същността и особеностите на хотелиерската суперструктура като теоретична концепция. В следващата част е представено развитието на туризма във Варна, който е третият по големина град в България и най-големият град на българското черноморско крайбрежие. Градът е знаков за българския морски туризъм, защото тук започва неговото

развитие в началото на XX век. Тук е локализирана около 20 % от хотелиерската суперструктура на страната, в която се реализират над 22% от общия брой нощувки. Ежегодно приходите само от нощувки възлизат на 23.7% от приходите от туризъм в България. На базата на анализа и оценката на количествената, видова и качествена структура на хотелиерството в община Варна се правят препоръки за неговото по-нататъшно развитие.

**11.8. Lukanova, G. (2014)** *Customer relationship management: new challenges for hotel managers.* // Инфраструктура и комуникации, кн. 9, май, София: УНСС, pp. 275-279, публикацията е на английски и на български език, 12 стр.

Динамиката в развитието на социално-икономическите процеси обуславя изострянето на конкуренцията между пазарните субекти в хотелиерския бизнес. Промените налагат необходимостта от въвеждането в организацията на хотелиерската дейност на иновативни и гъвкави управленски подходи и концепции. Една от тях е концепцията за управление на взаимоотношенията с клиентите. В настоящата разработка се разкриват особеностите на нейното приложение в хотелиерството. Вниманието се насочва към специфични за хотелиерската организация дейности и средства на управлението на взаимоотношенията с клиентите. Основните изводи са свързани с ориентиране на хотелиерските организации към промени в тяхната организационна култура и пазарно поведение.

**12.9. Lukanova, G. (2013)** *Improving Service Effectiveness in the High-Class Hotels of Varna (Bulgaria).* // European Journal of Tourism Research, Vol. 6, No. 1, pp. 88-91, публикацията е на английски език, 10 стр.

Разработката представя по-важните резултати от изследване на хотелиерското обслужване във висококатегорийните хотели в град Варна. Изведена е методологията на проучването, съобразена със същността и особеностите на предмета и обекта на изследване. Представени са резултатите от анкетно проучване на мненията на мениджъри и гости на висококатегорийните хотели във Варна. На тази база са систематизирани основните проблеми в хотелиерското обслужване в изследваните обекти. Изведени са по-съществени теоретични заключения, както и възможностите за практическо приложение на изследването.

**13.10. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2013)** *Problems and trends in the development of the Bulgarian lodging industry.* // Hotel Link-A Hotel, Restaurant and

Gastronomy Business Journal, vol. 14, n. 21-22, 243-253, публикацията е на английски език, лично участие 6 стр. (13).

В настоящата разработка вниманието е насочено към състоянието и развитието на хотелиерската дейност в България. За тази цел се анализира дейността на заведенията за пребиваване, като се изследват показателите реализирани нощувки и средна годишна заетост. Изследва се динамиката на капацитета, видовата и категорийната структура на българското хотелиерство. Прави се оценка на териториалното му разпределение. Открояват се най-съществените проблеми и се извеждат основните тенденции в развитието на хотелиерската суперструктура в България.

**14.11. Lukanova, G. (2010) *Evaluation of hotel service-performance process in Bulgaria.* // Journal of Economics. Vol. 1, No 1, June, pp. 19-28, публикацията е на английски език, 12 стр.**

В статията се прави анализ на хотелиерското обслужване в българските хотели, който се базира на резултатите от изследване мнението на туристите за основни елементи на обслужването. Една от най-важните особености на хотелиерството е водещата роля на човешкия фактор в обслужването. То не може да се осъществи без участието на клиента и без участието на персонала. Това прави оценяването на обслужването силно субективно. Поради това удовлетворяването на потребностите на клиентите е голямо предизвикателство пред хотелиерския мениджмънт. В съвременните условия на засилена конкуренция удовлетвореността на клиентите означава да се предостави обслужване, което не само да покрива, но и да надхвърля очакванията на гостите. Това може да се постигне чрез предварително проучване на техните изисквания и очаквания. В тази връзка е дефиниране целта на настоящото изследване: да се насочи вниманието към ролята на хотелиерското обслужване за формиране на конкурентоспособно предлагане, адекватно ориентирано към потребностите на туристическото търсене.

**15.12. Луканова, Г. (1997) *Тенденции в развитието на веригите за бързо хранене.* // „Известия“, бр. 4, Университетско издателство ИУ - Варна, с. 94-102, 14 стр.**

В статията са представени по-важните съвременни изменения (за 90те години на XX в.) в развитието на международните вериги от заведения за бързо обслужване, както и основните промени в техните продукти. Прави се опит да се разкрият причините, свързани с тези промени. На тази база авторът дава някои предложения за развитието на българското ресторантьорство в сектора на

бързото обслужване. Изследването се фокусира върху веригите от заведения за бързо обслужване, защото на тях принадлежат около 80% от пазара на бързото обслужване и това дава основание да се приеме, че те са водещи в този сектор. Останалите 20% се разпределят между малки, независими заведения за бързо обслужване и измененията в тяхното развитие не биха могли да бъдат определящи за глобалното предлагане. Съвременните изменения във веригите за бързо обслужване са систематизирани в два аспекта: изменения в ресторантьорския продукт на веригите и изменения в стратегията за развитие на веригите за бързо обслужване.

#### IV. НАУЧНИ ДОКЛАДИ

**16.1. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2016) *Comparative analysis of cultural characteristics of Bulgaria and Greece according to Hofstede's paradigm.* // „Cultural corridor Western Transbalkan Road – cultural tourism without boundaries“, International Scientific Conference, Meteora – Lefkada, Greece, pp.1-13, публикацията е на английски език, лично участие 6 стр. (12).**

Взаимнокултурното проникване и разбирателство са не само ценности на ЕС и на съвременния глобален свят, но и детерминанта на сътрудничеството и интеграцията, които са утвърдена тенденция в развитието на туризма. Настоящата публикация има за цел да оцени културните характеристики на България и Гърция като туристически дестинации. Като се базират на модела на холандския антрополог Геерт Хофстеде, авторите открояват основните прилики и разлики на двете страни и оценяват въздействието им върху развитието на туризма.

**17.2. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2015) *Хотелиерската суперструктура в епохата на трансформации.* // Сб. доклади „Туризмът в епохата на трансформации“. Варна: Наука и икономика, с. 564-573, лично участие 7 стр. (14).**

Обект на изследване в представения доклад са измененията в хотелиерската структура на международно и национално равнище, които са резултат от съвременните трансформации в социално-икономическата среда. Очертани са най-значимите промени в хотелиерския продукт, като се има предвид взаимовръзката му с хотелиерското търсене. В основата на изследването стои тезата, че главната промяна в хотелиерството, съответно в хотелиерската суперструктура е неговата глобализация. Наред с измененията в

международен план, са разгледани и оценени трансформациите в българското хотелиерство като част от европейската и световната хотелиерска индустрия.

**18.3. Lukanova, G., T. Dabeva. (2015) *The role of theme restaurants for developing cultural tourism.* // „Cultural corridor Via Adriatica – cultural tourism without boundaries“, International Scientific Conference, Trogir, Croatia, pp.15-20, публикацията е на английски език, лично участие 5 стр. (10).**

Докладът "Ролята на тематичното ресторантьорство за развитие на културния туризъм" има за цел да изтъкне значението на тематичното ресторантьорство за валоризиране на гастрономията и гастрономичното наследство като продукти на гастрономичния и на културния туризъм. Разкриват се същността и особеностите на тематичния ресторантьорски продукт, представя се кратка класификация на тематичните заведения за хранене. Изследва се взаимовръзката между гастрономията и гастрономичното наследство като част от материалната култура и тематичното ресторантьорство. След това се анализират възможностите за самостоятелна валоризация на тематичното ресторантьорство като антропогенен туристически ресурс в контекста на културния туризъм. Специално внимание се отделя на ролята на тематичните заведения с национална тематика за развитие на културния туризъм в конкретната туристическа дестинация.

**19.4. Луканова, Г., Т. Дъбева, С. Ракаджийска. (2014) *Increasing the brand equity of a tourism destination through its gastronomic heritage.* // SPA and WINE, International Tourist Forum, Sandanski-Corfu, pp. 201-212.**

Гастрономическото наследство успешно може да се използва за изграждане и поддържане на уникален туристически имидж на дадена територия, защото е неделима част от нейната култура. Същевременно, в теоретичен и приложен план, едва от скоро се обръща внимание на възможностите за включване на гастрономичното наследство в туристическата система. Затова основна цел на настоящия доклад е чрез изясняване на същността на гастрономичното наследство, да се открие ролята му за повишаване на ценността на бранда на туристическата дестинация. В първата част на доклада е разяснена в най-общи рамки същността на понятието „туристически бранд“. В следващата част на изложението се разкриват характеристиките на гастрономическото наследство като елемент на националната култура и възможностите за превръщането му в уникален ресурс за повишаване ценността на бранда на дадена туристическа територия. Като своеобразна симбиоза е представен маркетингов подход за повишаване

ценността на бранда на туристическата дестинация чрез гастрономическото богатство.

**20.5. Луканова, Г., Ж. Парушев. (2014)** *Ролята на музеите при изграждане на етноориентирани туристически брандове.* // Сб. доклади „Културно наследство и културен туризъм: музейни перспективи“, Известия на историческия музей Шумен, кн. 16, с.643-652, лично участие 6 стр. (12).

Динамиката в развитието на социално-икономическите процеси обуславя изострянето на конкуренцията между пазарните субекти в туристическия бизнес. Промените налагат необходимостта от въвеждането на иновативни и гъвкави подходи и концепции. Една от тях е концепцията за етноориентираните туристически брандове. В настоящата разработка се разкриват особеностите на туристическия бранд и ролята му за развитието на туристическата дестинация. Вниманието се насочва към спецификата на етнокултурния ландшафт и възможностите за участие на музеите в изграждането на етноориентирани туристически брандове.

**21.6. Луканова, Г., Д. Руменов. (2013)** *Културно исторически потенциал на Варна и Шумен за създаване на общ туристически продукт.* // Сб. изследвания „Добруджа на кръстопътя на историята“. Исторически музей – Тутракан, с. 365-381, лично участие 8 стр. (17).

Целта на настоящия доклад е на основата на оценка на наличните ресурси във Варна и Шумен, на анализ и изследване на изградената хотелиерска суперструктура да се предложат алтернативни варианти за развитие на културен туризъм като общ туристически продукт. В тази връзка най-общо се дефинира културния туризъм и се очертават характеристиките на специфичния потребителски профил. Представят се реалните възможности за развитие на културен туризъм във Варна и Шумен като се оценяват местоположението и историческите предпоставки, антропогенните туристически ресурс и наличната хотелиерска суперструктура. На основата на направения анализ се извеждат някои препоръки за оптималното оползотворяване на туристическия потенциал на Варна и Шумен.

**22.7. Луканова, Г. (2013)** *Нови видове хотели в българската институционална класификация.* // Сб. доклади „Отговорен туризъм 2020“. Варна: „Наука и икономика“, с. 146-157.

Целта на настоящия доклад е да се насочи вниманието към българската институционална хотелиерска класификация и нейното усъвършенстване, чрез

включването на нови видове хотели, получили широко развитие и популярност в българската и международната хотелиерска практика. За да се реализира така поставената цел, се прави анализ и оценка на българската институционална класификация на заведенията за пребиваване към Закона за туризма. Разкриват се особеностите на два вида хотели, които не са намерили място в институционалната класификация, но са познати в международната и българската хотелиерска практика – зелен хотел и бутиков хотел. Разглеждат се възможностите за актуализиране на българската институционална класификация на заведенията за пребиваване и включването в нея на двата вида хотели.

**23.8. Луканова, Г. (2012) *Проектиране на операциите в хотелиерството: възможност за тяхното усъвършенстване.* // Сб. доклади „Предизвикателства пред туризма през XXI век”. София: УНСС, с. 53-59.**

В настоящата разработка вниманието е насочено към оперативната дейност на хотелиерската организация. За тази цел се изяснява същността на хотелиерското обслужване като система с определена структура и елементи. Те взаимодействат помежду си, като по този начин се осъществяват операциите по производството и реализацията на хотелиерските услуги. Разглеждат се основните видове операции и техните функции. В доклада се представят особеностите на три основни метода за дизайн на операциите в процеса на предоставяне на услуги и тяхното значение за усъвършенстване на хотелиерското обслужване.

**24.9. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2012) *The role of hotel superstructure for the development of cultural tourism along Via Pontica.* // Сб. доклади „Cultural road Via Pontica cultural tourism without boundaries“, International Scientific Conference Duni Royal Resort (Bulgaria) – Istanbul (Turkey), pp. 38-45.**

Хотелиерството е една от трите основни туристически дейности наред с ресторантьорството и транспорта. Наричат го „лицето на туризма”, защото в цялото си многообразие хотелиерството до голяма степен формира облика на туристическата дестинация като я представя на международния пазар. Наличието на достатъчно по капацитет и качество заведения за пребиваване и тяхното географско разпределение в съответствие с останалите елементи на туристическия продукт прави възможно валоризирането на природните и антропогенните ресурси и включването им в туристическото предлагане. На тази база можем да определим хотелиерството като необходимо условие за развитието на туризма, в т. ч. и на културния туризъм във всяка туристическа дестинация. Поради тази причина целта на настоящия доклад е изследването на

хотелиерската суперструктура в три български черноморски области, включени в културния коридор Via Pontica. На основата на направения анализ и оценка на хотелиерската суперструктура в областите Добрич, Варна и Бургас се правят предложения за нейното развитие.

**25.10. Луканова, Г., В. Казанджиева. (2012) *Алтернативи за развитие на културния туризъм в община Варна.* // Сб. доклади „България в световното културно наследство”, 3та национална конференция по археология, история и културен туризъм „Пътуване към България”, Шумен, май, 2012 г., с. 1237-1251, лично участие 11стр. (23).**

Културата и туризмът винаги са били тясно свързани. Културното потребление в световен мащаб непрекъснато нараства и туризмът като все по-значима форма на културно потребление се насърчава и финансира от местни, национални и международни органи и организации. В този контекст целта на представената разработка е на основата на оценка на наличните ресурси в община Варна, на анализ и изследване на изградената хотелиерска и ресторантьорска суперструктура да се предложат алтернативни варианти за развитие на културен туризъм. Заради своята история и своето икономическо и културно значение, Варна е модерен град с богато културно наследство, което включва няколко древни цивилизации. След обстойната характеристика на антропогенните туристически ресурси на територията на община Варна, се прави и подробен анализ на хотелиерската и ресторантьорската суперструктура в общината. На базата на ситуационния анализ и авторовите оценки са изведени някои основни насоки за подобряване развитието на културния туризъм в община Варна.

**26.11. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2011) *The role of gastronomical heritage for the development of cultural tourism.* // Сб. доклади Cultural corridor Sofia – Ohrid cultural tourism without boundaries, International Scientific Conference Kyustendil – Ohrid, pp. 57-64, публикацията е на английски език, лично участие 7 стр. (15).**

Гастрономичното наследство е част от културното наследство на човечеството. Всяка страна, съответно региони формират характерни кулинарна история и практики, които често са мотив с нарастващо значение за предприемане на туристическо пътуване и пребиваване. Като се запознава с гастрономичното наследство в рамките на дестинацията, туристът се докосва до традициите, нравите, обичаите, достиженията на местната общност, осъществяват се интеркултурни комуникации, с което се обогатяват



преживяванията, социализацията и разбирателството. В този аспект гастрономичното наследство е ценен туристически ресурс, който трябва да се съхранява и валоризира. Затова основна цел на настоящия доклад е чрез изясняване на същността на гастрономичното наследство и спецификите му за България, да се открие ролята му за развитие на културно-познавателните туристически пътувания. След изясняване същността и особеностите на гастрономичното наследство като туристически ресурс са представени основните характеристики на българското гастрономично наследство и са изведени положителните ефекти от неговото валоризиране като част от като самостоятелен туристически ресурс.

**27.12. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2011)** Развитие на тематичното ресторантьорство в град Варна. // Сб. доклади „Съвременни измерения на търговския бизнес – комуникация между наука и практика“. Академично изд. „Ценов“ - Свищов, с. 331-339, лично участие 5 стр. (11).

В настоящия доклад се представя тематичното ресторантьорство като теоретична концепция и се прави обзорно изследване на тематичното ресторантьорство в град Варна. След представянето на различни концепции на водещи изследователи, е направена класификация на тематичните заведения според различни критерии. Подробно е представено тематичното ресторантьорство в град Варна на основата на проучването на документи на Министерството на икономиката, енергетиката и туризма, общината, информация от интернет и лични наблюдения. След направения анализ се налага изводът, че град Варна предлага добри условия за развитието на тематичното ресторантьорство. Препоръчително е да се положат усилия в следните направления: ясно дефиниране на предлаганата концепция; съвършена симбиоза между доминиращата тема и всички елементи на ресторантьорския продукт; точно позициониране на продукта; създаване на контрастен имидж, който да отличава заведението от другите в съзнанието на потребителя; креативност и иновативност.

**28.13. Луканова, Г. (2010)** *Особености на бутиковите хотели като алтернативна форма на настаняване.* // Сб. доклади „Алтернативи за развитие на съвременния туризъм“. Варна: „Наука и икономика“, с. 305-313, 13 стр.

През последните две десетилетия в международното хотелиерство се разви и наложи концепцията „бутиков хотел“. В доклада се представят основните моменти от теорията и практиката на тази концепция,

систематизирани в три направления: продуктови характеристики, маркетингови характеристики и икономически характеристики. Разгледани са няколко разновидности на бутиковите хотели. Направен е кратък преглед на приложението на бутиковата концепция в българското хотелиерство.

**29.14. Луканова, Г. (2008)** *Организация на професионално-практическото обучение на студентите от специалност "Туризм" в Икономически университет – Варна*. // сп. Икономика и управление, Югозападен университет „Неофит Рилски, Стопански факултет, Благоевград, бр. 3, 2008 г., 66-70, 8 стр.

През последните години една от най-обсъжданите теми в българския туристически бранш е обвързването на образованието по туризъм с практиката. Все по-нарастващата необходимост от добре подготвени кадри, както в теоретично, така и в практическо отношение се превръща може би в един от ключовите проблеми в българския туризъм. В тази връзка считаме, че въпросът, свързан с професионално-практическото обучение на студентите е изключително актуален и е от особено значение за висшето образование по туризъм. Целта на автора в настоящия доклад е да насочи вниманието към ролята на професионално-практическото обучение за формиране на конкурентоспособни и професионално ориентирани кадри с висока степен на адаптивност спрямо потребностите на пазара на труда. Подробно е представено професионално-практическото обучение на студентите от специалност „Туризм“ в ИУ-Варна, изведени са основните проблеми в неговата организация и са направени някои препоръки за нейното усъвършенстване.

**30.15. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2008)** *Адаптиране на хотелиерството на черноморските общини към европейските изисквания за устойчив туризъм*. // Сб. доклади „Фирмите и пазарите в България в условията на евроинтеграция – продължаваща адаптация. Варна: „Наука и икономика“, с. 165-176, лично участие 7 стр. (15).

Степента на устойчивост, а оттам и на конкурентоспособност на туристическите дестинации се определят в значителна степен от състоянието на хотелиерството, което създава връзката между ресурси и потребители. Черноморските общини са най-развитите български туристически територии, в тях е съсредоточена около 60% от легловата база и пребивава над 52% от туристопотока. Ето защо основна цел на доклада е на базата на ситуационен анализ на хотелиерската суперструктура в Черноморските общини да се очертаят възможности за адаптирането ѝ към европейските изисквания за

устойчив туризъм. Изведените са базовите характеристики на устойчивото развитие на туризма, които са приложими както на макро, така и на микроравнище, а също и в рамките на туристическите територии. Направен е ситуационен анализ на хотелиерската суперструктура на трите черноморски области Бургас, Варна и Добрич, който включва количествена, видова и качествена характеристика на хотелиерството. На тази основа са направени някои изводи и препоръки за неговото устойчиво развитие на територията на трите черноморски области.

**31.16. Луканова Г., В. Казанджиева. (2007) *Scientific methods and approaches applied in the measurement of productivity in tourism.* // Сб. доклади „Tourism in the new millennium“, University Press, South-West University Of Neofit Rilski, Благоевград, с. 220-234, публикацията е на английски език, лично участие 12 стр. (23).**

Една от най-съществените особености на туризма е участието на клиента в обслужващия процес. В туристическото обслужване той има ключова роля. Силното присъствие на човешкия фактор, наред с другите особености на обслужването в туризма, затруднява измерването на неговата ефективност. В доклада се изясняват същността и особеностите на ефективността, разглеждат се по-важните фактори, които влияят върху нейното равнище. Извеждат се основни критерии и показатели за измерването и оценката ѝ. Акцентът е върху оперативната дейност на туристическата организация, т.е. на процеса на обслужване в туризма. Разглеждат се някои методи за анализ на обслужващия процес, които се използват като база за измерване на неговия краен резултат – общата ефективност.

**32.17. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2006) *Приложение на европейските стандарти за качество в българското ресторантьорство.* // Сб. доклади „Качеството на стоките – проблеми и перспективи“, Икономически университет – Варна, с. 34-42, лично участие 6 стр. (12).**

В настоящата разработка са проучени европейските стандарти за качество в ресторантьорството. Те са разработени от различни международни организации като обща система не съществува. Най-подходящи за приложение в българското ресторантьорство от международните стандарти са системата НАССР и стандартите на ISO. В доклада се разглеждат и българските стандарти за качество в ресторантьорството, намерили място в Закона за туризма и Закона за храните. Направените изводи и препоръки засягат най-вече осъвременяването на законодателството и включването в процеса на браншови организации.

**33.18. Луканова, Г. (2004)** *Проблеми и перспективи в приложението на български програмни продукти в хотелиерството.* // Сб. доклади „Технологичните иновации и туризмът на България“. Варна: „Славена“, с. 92-102, 11 стр.

В съвременното развитие на хотелиерството информационните и комуникационни технологии са неделима част от управлението и организацията на дейността. Те са особено важни там, където става въпрос за цял комплекс от хотелска част, заведения за хранене и развлечения, множество допълнителни елементи като медицински и спортни съоръжения, складово стопанство, техническа поддръжка, транспорт и т.н. През последните няколко години в българското хотелиерство наред с чуждите и изпитани информационни технологии, в практиката на управление и организация на дейността все повече навлизат и български софтуерни приложения. Тяхното значение за развитието на хотелиерския бизнес е свързано с приемливата цена в съотношение с добри характеристики и възможността за решения, които да отговарят конкретно на нуждите на заведението за пребиваване. В този контекст целта на доклада е да се разкрият проблемите и перспективите за развитие и внедряване на български специализиран софтуер в хотелиерството. Направена е подробна характеристика на някои български хотелски приложения. Открити са основните проблеми, които съпътстват развитието на българските информационни и комуникационни технологии в хотелиерството и са изведени някои възможности за тяхното приложение в управлението и организацията на хотелиерската дейност.

**34.19. Луканова, Г. (2000)** *Структура и развитие на туристическата леглова база в Европа.* // Сб. доклади „Икономиката и развитието на обществото“, ИУ-Варна, с. 335-340, 8 стр.

Целта на представения доклад е да се изследват измененията в развитието и структурата на туристическата леглова база в Европа през 80те и първата половина на 90те години на ХХ в. Тя е свързана с обстоятелството, че ТЛБ е относително динамична величина, която се изменя количествено, качествено и структурно, а туристическите потоци се влияят пряко от тези промени. В доклада се прави анализ и оценка на основните показатели по отношение структурата на легловата база в европейските страни като брой легла, индекс на интензитет, функции, категории. Изводът, който се налага от направения анализ е, че независимо от развитието на нови атрактивни

туристически територии, Европа ще остане водеща туристическа дестинация и ще запази лидерските си позиции по отношение на туристическата леглова база.

**35.20. Луканова, Г. (2000) Хотелиерството в България – структура и развитие. // Сб. доклади „Икономиките в преход”. Свищов, с. 291-294, 6 стр.**

В представения доклад се изследва състоянието и динамиката на развитие на българското хотелиерство през периода 1985г. – 1998 г. Направен е анализ на структурата на туристическата леглова база в България по различни показатели – брой обекти, общ брой легла, вид и категория на заведенията за пребиваване, брой нощувки. Като цяло се очертава тенденция към намаляване на количествените показатели, което е резултат от неблагоприятните социално-икономически условия в страната през изследвания период. Отчитат се и положителни промени като премахването на държавния монопол по отношение на собствеността, създаването на конкуренция между пазарните субекти, вливане на чуждестранни инвестиции и др. под., което оказва благоприятно влияние на туристическото развитие на България и възможността за предлагане на национален туристически продукт, съобразен със съвременните тенденции в хотелиерството.

**36.21. Луканова, Г. (1999) Международните тенденции в хотелиерството – предизвикателство за българския туристически бизнес. // Сб. доклади „Бизнес промените и предизвикателствата на XXI век”. Варна: Университетско издателство Икономически университет – Варна, с. 151-159, 12 стр.**

В доклада се прави анализ на измененията в хотелиерското предлагане в международен план като резултат от промените в характеристиките на туристическото търсене. Изследването се основава на тезата, че познаването на особеностите на пазарните сегменти има определящо и решаващо значение за повишаване конкурентоспособността на всяка хотелиерска организация. Ето защо в изложението първо се разглеждат най-съществените изменения в характеристиките на туристическото търсене – количествени, структурни, демографски, социални, личностни и т.н. Динамиката на туристическото търсене води до съответните промени в хотелиерското предлагане, които могат да се обобщят така: по-голяма специализация на хотелиерския продукт, която се конкретизира в създаването на тематични заведения за пребиваване; повишаване комплексността на предлагането, чрез включване на разнообразни допълнителни услуги; засилване приложението на модерни информационно

комуникационни технологии във всички елементи на хотелиерския продукт; ориентиране към еко мениджмънт и устойчиво използване на ресурсите. В доклада се прави анализ на развитието на българското хотелиерство в края на 90те години на XX в. Изводът, който се налага е, че българското хотелиерско предлагане все още не се развива адекватно на глобалните промени в туристическото търсене и предлагане, поради слабите възможности за инвестиране на този етап.

## V. УЧЕБНИЦИ

**37.1. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2017) Хотелиерство.** Варна: „Наука и икономика“, лично участие 105 стр.

Учебникът "Хотелиерство" е второ допълнено и преработено издание, тъй като от публикуването на първия учебник по съответната дисциплина е изминал повече от десет годишен период.

Учебникът запознава аудиторията с основния понятиен апарат на хотелиерството, с историческото развитие в международен план и в България, със съвременните изменения в специфичното търсене и продукт, с класификацията и категоризация на суперструктурата, с нейното устройство и оборудване, с основните видове заведения за пребиваване, с икономиката на хотелиерската фирма.

В глава шеста е разгледано устройството и оборудването на хотелиерската суперструктура. Обърнато е внимание на планирането на хотелиерския макро и микро продукт. Подробно са разгледани основните функционални зони в заведенията за пребиваване, тяхното обзавеждане и оборудване.

Глава девета запознава аудиторията с икономиката на хотелиерската фирма. Разгледани са оборота и разходите в хотелиерството, методите за ценообразуване. Специално внимание е обърнато на показателите за измерване на ефективността в хотелиерството.

**38.2. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2014) Франчайзинг в хотелиерството и ресторантьорството.** Варна: „Наука и икономика“, лично участие 71 стр.

Учебникът е предназначен за студентите от магистърските програми на направление 3.9. „Туризм“ към катедра „Икономика и организация на туризма“. Неговата структура се базира на учебната програма, приета от катедра ИОТ по дисциплината „Франчайзинг в хотелиерството и ресторантьорството“. Учебникът е първо издание и съответно първи по рода си в системата на висшето образование по туризъм в България.

В самостоятелна част са изследвани възможностите за приложение на франчайзинга в българското хотелиерство и ресторантьорство. Анализирани и оценени са общите и специфичните фактори и условия за възникване и разпространение на хотелиерския и ресторантьорския франчайзинг в България. Направени са анализ и оценка на състоянието на франчайзинга в хотелиерството и ресторантьорството в България. На тази основа са разкрити основни възможности за приложение на франчайзинга в българското хотелиерство и ресторантьорство.

**39.3. Луканова, Г., Т. Дъбева. (2011) *Ресторантьорство*. Варна: „Наука и икономика“, лично участие 41 стр.**

Учебникът по Ресторантьорство е първо издание като структурата на учебното съдържание отговаря на приетата от катедра Икономика и организация на туризма учебна програма. То е свързано с останалите дисциплини от профилиращия цикъл и особено с Хотелиерство и Технология на обслужване в хотелиерството и ресторантьорството.

Учебникът Ресторантьорство запознава с основния понятиен апарат на ресторантьорството и на ресторантьорството в туризма, с историческото развитие и съвременните тенденции, с икономическата същност и мениджмънта на производствените операции.

В глава шеста е разгледано устройството и оборудването на заведенията за хранене. Разгледани са основните етапи при планирането на ресторантьорския продукт. Обърнато е специално внимание на устройството, обзавеждането и оборудването на търговската и производствената зона в заведенията за хранене.

09.01.2017 г.

Изготвил:

(гл. ас. д-р Г. Луканова)