

Резюмета на научните трудове на гл. ас. д-р Любомира Тодорова на български език

представени за рецензиране по конкурс за академична длъжност в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“, обявен в ДВ, бр. 113 от 23 декември 2025 г, които не повтарят представените за придобиване на ОНС „доктор“, в съответствие с чл. 118 (1), от Правилника на СА „Д. А. Ценов“ относно конкурси за академична длъжност „доцент“

ВЗ - Хабилитационен труд (монография)

Тодорова, Л. (2026). Туроператорство, базирано на иновации: нови подходи и перспективи в съвременния туристически мениджмънт. Академично издателство „Ценов“, Свищов, 2026, с. 232, ISSN 1310–2737, ISBN 978-954-23-2635-9, DOI: <https://doi.org/10.58861/tae.ewc.2026.01>

Резюме

Настоящата монография разглежда трансформацията на туроператорската дейност в условията на дигитализация, променящи се потребителски предпочитания и засилен натиск за устойчивост на туристическите услуги. Фокусът е поставен върху разработване и апробиране на модел за оценка и усъвършенстване ефективността на иновациите в туристическите предприятия извършващи туроператорска дейност. Анализира се ролята на технологични решения като изкуствен интелект, големи данни и дигитални платформи за персонализиране на туристическите услуги и повишаване на конкурентоспособността на туроператорите. Изследването стъпва върху смесен методологичен подход (анкетно проучване, интервюта и регресионен анализ), като теоретичната основа се подкрепя от утвърдени модели за възприемане и дифузия на иновациите. Получените резултати показват, че прилагането на иновации и дигитални технологии в туроператорската дейност допринася за повишаване на ефективността, подобряване на обслужването и създаване на по-висока степен на персонализация на туристическите услуги. Установява се, че целенасоченото управление на иновационните процеси води до по-добро позициониране и засилване на конкурентоспособността на туроператорите в динамичната пазарна среда.

Монографичният труд е обсъден на заседание на катедра „Икономика и управление на туризма“ при Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов с Протокол № 5/04.12.2025 г.

Г5. - Публикувана книга на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен "доктор"

Тодорова, Л. Управление на търговския кредит от предприятията в мебелния сектор, Авангард Принт, Русе, 2026, с. 205 ISBN 978-954-337-525-7

Резюме

В условията на съвременното икономическо развитие пласментът на продукция чрез търговски кредит заема ключово място в дейността на предприятията от мебелния сектор в Република България. Нарастващото значение на продажбите с отложено плащане поставя на преден план необходимостта от ефективно управление и мониторинг на вземанията, с оглед ограничаване на риска и осигуряване на стабилни парични потоци.

Изследването аргументира значимостта на търговския кредит като основа на съвременните стопански отношения и като инструмент за разширяване на пазарните позиции и повишаване на конкурентоспособността на предприятията. Анализът обхваща теоретичните аспекти на търговския кредит, методите за планиране и контрол на дебиторската задлъжнялост, както и практическото му приложение в мебелния сектор чрез ситуационен и финансов анализ.

Резултатите показват, че търговският кредит е широко използван, но прекомерната му употреба, съчетана с икономическа нестабилност и намалено потребление, води до повишена междуфирмена задлъжнялост. Това налага прилагането на системен подход при управлението на дебиторите, включващ анализ на финансовото състояние, правния статус и пазарния потенциал на контрагентите.

В заключение се доказва, че ефективното управление на търговския кредит, чрез прилагане на подходящи критерии, индикатори и методи за мониторинг, е ключов фактор за устойчивото развитие на предприятията в мебелния сектор и за ограничаване на рисковете, произтичащи от продажбите с отложено плащане.

Г6-1. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Ilieva, L., & Todorova, L. (2023). Role of technological innovation for sustainable management of tourism organizations. (Роля на технологичните иновации за устойчиво управление на туристическите организации). IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 1269(1), 012038. DOI 10.1088/1755-1315/1269/1/012038

<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/1269/1/012038>

Резюме

Принципите на устойчивото управление са приложими за всички сектори и особено за туризма, тъй като се отнасят до екологичните, икономическите и социално-културните аспекти на развитието на дейността. Туризмът и устойчивото развитие са неразривно свързани, като се има предвид, че туристическият продукт се основава на природните ресурси и запазената културна идентичност на народите. Туристическите организации оформят своето предлагане, като установяват подходящ баланс между тези три измерения, за да предложат атрактивен туристически продукт. Това е възможно само чрез изграждане на система за устойчиво развитие на туристическата организация. В настоящото изследване се търси връзката между иновациите и устойчивото управление на туристическите организации. За тази цел са представени възможностите за иновации в дейността на туристическата организация, изяснени са принципите на устойчивото управление на организацията и е очертана ролята на системата за устойчиво управление. В резултат на проведеното изследване са представени технологични иновации, които позволяват на организациите да използват ресурсите по-рационално и да постигнат устойчиво развитие.

Г6-2. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Ilieva, L., Bozhinova, M., & **Todorova, L.** (2021). A study of the impact of COVID-19 on tourism demand. (Проучване на въздействието на COVID-19 върху търсенето в туризма) SGEM Conference Proceedings, 21(5.1), Article S21.074.
<https://doi.org/10.5593/sgem2021/5.1/s21.074>

ISBN 978-619-7603-28-6; ISSN 1314-2704.

Резюме

Covid-19 преобърна света ни с главата надолу и трансформира почти всеки аспект от ежедневието, бизнеса и пътуванията. Пандемията от COVID-19 оказва тежко негативно въздействие върху хората във всички сфери на икономическия, социалния и дори геополитическия живот по целия свят. Въздействието на тази криза ще бъде обект на множество изследвания във всички области на научните изследвания през следващите години.

Според всички официални данни, туристическият сектор е един от най-засегнатите сектори на икономиката. Въпреки отчетеното частично възстановяване в сферата на приходите от туризъм в периода май-септември 2020 г., туристическата индустрия е далеч от отчетения през последните години растеж по отношение на броя на посещенията и приходите от туризъм. Напротив, отчетени са сериозни спадове, достигащи 80% спад в приходите, в сравнение с 2019 г.

Това проучване има за цел да изследва влиянието на кризата с COVID-19 върху българския туризъм и поведението на българските туристи. За да се постигне това, е направен ситуационен анализ на влиянието на ограниченията за пътуване върху туристите и върху туристическия сектор в България. Проучени са промените в броя на туристическите посещения в България в периода 2015-2020 г. Проучването разглежда нагласите на българските туристи и промените в тяхното туристическо потребление през периода на ограниченията за пътуване. Получените резултати ни дават основание да направим препоръки за по-бързо справяне със загубите, понесени от бизнеса, и спада в търсенето, отчетен от туристите в резултат на наложените ограничения, свързани с COVID-19.

Значението на изследването произтича от отчитането и докладването на въздействието на това мащабно явление във всичките му аспекти, което ще позволи на бизнеса и държавите да се справят по-бързо с предизвикателствата, свързани с COVID-19.

ГБ-3. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Ilieva, L., Petrova, M., & **Todorova, L.** (2023). Application of technological innovations in the tourism industry. (Приложение на технологични иновации в туристическата индустрия) E3S Web of Conferences, 408, Article 01003. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202340801003>

Резюме

В условията на дигитализация и екологична трансформация на индустрията и обществото, изучаването на възможностите за прилагане на технологични иновации и тяхното въздействие върху туристическия сектор се превърна в тема на изследване. Изследват се насоките на иновациите в туристическия бизнес и се очертава ролята на технологичните иновации в адаптирането на туристическия сектор към процесите на трансформация и дигитализация на обществото чрез провеждане на систематичен анализ. Целта на това изследване е да се идентифицират различните подходи към иновациите на туристическите продукти, да се изясни обхватът на технологичните иновации и да се представят възможностите за тяхното приложение в туристическия сектор. В резултат на изследването е очертан обхватът на технологичните иновации в туристическия сектор и са предложени насоки за тяхното приложение с цел диверсификация на туристическия продукт и оптимизиране на дейностите в туристическия бизнес.

ГБ-4. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Smokova, M., Bogdanova, M., Parashkevova, E., Stoyanova, M., Krasteva, E., & **Todorova, L.** (2024). Gamification in cultural heritage: Best practice case studies from Bulgaria. (Геймификация в културното наследство: Казуси от най-добри практики от България) Retrieved December 7, 2025, DOI:[10.37710/plural.v12i2_2](https://doi.org/10.37710/plural.v12i2_2)

Резюме

Напоследък геймификацията привлече значително внимание. Дори области като културното наследство не останаха незабелязани и различни механики на геймификация бяха широко внедрени за различни цели. България е сред страните с висок интерес по въпроса. Въпреки че са осъществени някои успешни инициативи и все още се прилагат, липсват знания за това какво не работи добре и защо, което ще помогне

на заинтересованите страни да избегнат същите грешки в бъдеще. Статията има за цел да избере най-добрите практики за геймификация в културното наследство на България. Тази цел се постига чрез прилагане на рамка за определяне на казуси с най-добри практики в областта на геймификацията в културното наследство. Въз основа на набор от дванадесет критерия за геймификация и девет критерия за въздействие и чрез спазване на триетапна методология, първите два най-високо оценени казуса са избрани като най-добри практики и са описани накратко.

Г6-5. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Yordanova, Z., Bogdanova, M., Panteleeva, I., & **Todorova, L.** (2025). Balancing structure and flexibility: A framework for understanding formal and informal innovation networks. (Балансиране на структурата и гъвкавостта: Рамка за разбиране на формални и неформални иновационни мрежи.) *Journal of Innovation & Knowledge Management*, Article 100550. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100550>

Резюме

Разбирането на баланса между структурата и гъвкавостта в иновационните мрежи е от решаващо значение за оптимизиране на сътрудничеството, адаптивността и иновационните резултати във все по-сложни екосистеми. Това проучване провежда интегративен литературен преглед на 136 рецензирани статии от Scopus и Web of Science, за да се изследват систематично отличителните характеристики, предизвикателствата и показателите за формалност във формалните и неформалните иновационни мрежи. Формалните мрежи се определят от йерархични структури, договорно управление и регулирани комуникационни канали, докато неформалните мрежи процъфтяват на базата на доверие, спонтанни взаимодействия и социален капитал. Въпреки различията си, двата типа често се пресичат, оформяйки иновационните резултати по допълващи се начини. Водено от три изследователски въпроса, това проучване идентифицира (RQ1a) ключовите характеристики, (RQ1b) управленските предизвикателства и (RQ2) набор от измерими показатели за формалност на мрежата. Констатациите са синтезирани в концептуална рамка, която категоризира формалността в четири измерения: структурни характеристики, модели на взаимодействие, съгласуваност на целите и механизми за контрол. Тази рамка предлага както теоретичен напредък, така и практически прозрения за управление на иновационни мрежи, като подчертава как различните степени на формалност влияят върху споделянето на знания, управлението и адаптивността. Чрез разглеждане на критични пропуски в литературата – като динамичната еволюция на мрежите, въздействието на цифровите технологии и появата на хибридни форми – това проучване предоставя структурирана основа за бъдещи емпирични изследвания и подкрепя

организациите в проектирането на балансирани иновационни стратегии, които интегрират силните страни както на формалните, така и на неформалните мрежи.

ГБ-6. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Ilieva, L., Bozhinova, M., **Todorova, L.**, & Pavlov, P. (2025). *Measuring the innovation activity of the tourism businesses in Bulgaria.* (Измерване на иновационната активност на туристическите предприятия в България) *Business Management*, 35(1), 87–101. <https://doi.org/10.58861/tae.bm.2025.1.05>

Резюме

Внедряването на иновации в туристическите предприятия е ключов фактор за повишаване на тяхната конкурентоспособност. Предизвикателство пред туристическите предприятия в България е разработването на иновативни решения, които ще диверсифицират туристическите им продукти, ще оптимизират бизнес операциите и ще подобрят цялостната ефективност на туристическата индустрия.

Целта на това изследване е да се систематизират и интерпретират теоретичните и емпиричните постановки за иновациите в туризма, за да се предложи и тества модел за измерване на иновационната активност на туристическите предприятия в България и въз основа на това да се формулират заключения и препоръки. В тази статия се разглежда обхватът на иновационната активност на туристическите предприятия и се измерва тяхната иновационна активност посредством предложен модел, тестван в организации, предоставящи услуги, свързани с туризма. Методологията на изследването включва индукция и дедукция, метод на анализ и синтез, аналогия, анализ на съдържанието, сравнителен анализ, анкета и др. В резултат на изследването е изчислен индекс на иновациите, използвайки разработения Модел за измерване на иновационната активност в туристическите предприятия, базиран на оценката на седем групи качествени показатели, и са формулирани заключения и препоръки за насърчаване на иновационната активност в туристическия сектор. Тестваният модел показва, че е възможно да се измери иновационната активност в туристическия сектор, като се обхванат всички предприятия, предлагащи основните туристически услуги.

Г6-7. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Ilieva, L., Bozhinova, M., **Todorova, L.**, Marinov, M., Ismailov, T., & Spasova, S. (2024). *Festivals: An opportunity for sustainable development of tourism regions*. (Фестивали: Възможност за устойчиво развитие на туристическите региони) *Revista de Gestão – RGSA*, 18(11), e09356. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n11-069>

Резюме

Целта на това разработване е да представи възможностите, предоставяни от фестивалите като организирани събития за устойчиво развитие на туристическите региони.

Статията се фокусира върху няколко ключови концепции. Първо, тя разглежда ролята на фестивалите като организирани събития за насърчаване на туризма. Второ, тя се основава на принципите на устойчивост, балансирайки екологични, икономически и социално-културни фактори. Накрая, тя разглежда събитийния туризъм като важен двигател за местно развитие.

Проведено е емпирично изследване, което включва анализ на публикувани материали и документи, изучаващи организираните събития и фестивали, по-специално като част от културния и исторически туризъм.

Фестивалите допринасят значително за устойчивото развитие на туристическите региони, като подобряват местната културна идентичност и привличат туристи. Успешното организиране на фестивали може да засили имиджа на региона, насърчавайки дългосрочни ползи както за туристическата индустрия, така и за местните общности.

Фестивалите могат да служат като стратегически инструменти за устойчиво развитие на туризма, като насърчават регионалната културна идентичност и привличат туристи. Политиците и мениджърите в туризма трябва да дадат приоритет на планирането и управлението на фестивалите като средство за подобряване на икономическата, социалната и културната устойчивост на туристическите региони.

Оригиналността на статията се състои в нейния фокус върху фестивалите като уникален катализатор за устойчиво развитие на туристическите региони, като се подчертава тяхното многостранно въздействие върху местните икономики, култура и социално сближаване. Това изследване предоставя ценна информация за това как добре управляваните фестивали могат да подобрят дългосрочната устойчивост на туристическите дестинации, предлагайки практически насоки за политиците и организаторите на събития.

Г6-8. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Ismailov, T., Ilieva, L., **Todorova, L.**, & Marinov, M. (2024). *Implementing innovations that provide sustainable solutions in the tourism sector.* (Внедряване на иновации, които осигуряват устойчиви решения в туристическия сектор.) *Revista de Gestão – RGSA*, 18(11), e09246. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n11-006>

Резюме

Цел: Целта на тази разработка е да представи връзката между внедряването на иновации в туристическия бизнес и неговото устойчиво развитие.

Теоретична рамка: В тази тема са представени основните концепции и теории за обхвата на иновационната дейност в туристическия сектор. Подчертани са основните видове икономически и неикономически иновации, свързани с устойчивото управление на туристическия бизнес.

Метод: В това проучване са използвани качествени методи, включително интервюта и наблюдения. Анкетирани са собственици и мениджъри на туристически организации, които са запознати с иновативните дейности на представените предприятия и могат да посочат ефекта от тяхното внедряване.

Резултати и дискусия: Констатациите от изследването подчертават значението на синергията между иновациите и устойчивото управление на туристическия бизнес. Проучването на опита на българските туристически предприятия доказва, че внедряването на иновации осигурява конкурентни предимства на туристическите предприятия и допринася за тяхното устойчиво развитие.

Приложения на изследването: Проведено е практическо изследване, което представя разпространението на иновациите в туристическия сектор в България и доказва, че те водят както до икономически, така и до неикономически ефекти, свързани с устойчивото развитие на дейността на предприятието.

Оригиналеност/стойност: Това изследване допринася за литературата, като представя обхвата на иновационната дейност в туристическото предприятие и очертава връзката между икономическите и неикономическите иновации. Уместността и стойността на това изследване се демонстрират чрез разглеждане на специфичната тема за иновациите в туристическата индустрия, която е важна област на изследване, предвид динамичния характер на сектора и неговото значение за икономическото развитие.

Г6-9. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Todorov, L., Shopova, M., Panteleeva, I. M., & Todorova, L. (2024). Innovation metrics: A critical review. (Иновационни показатели: Критичен преглед.) *Economies*, 12(12), 327. <https://doi.org/10.3390/economies12120327>

Резюме

Иновациите са сложни явления с важно въздействие върху фирмите, регионите, икономиката като цяло, обществото и околната среда. Измерването на иновациите е предизвикателна и отнемаща време задача с много проблеми, вариращи от концептуалната рамка до събирането и интерпретацията на данни. Разработването на произведеното разнообразие от единични показатели и многоизмерни показатели обхваща една или повече характеристики на иновациите – входящи данни, етапи, източници, механика, резултати и въздействия. Въпреки че изобилието от показатели позволява измерване на много аспекти на иновациите, то също така създава проблеми със съпоставимостта, обхвата, навременността и надеждността, което затруднява ефективното използване на информацията от академичните среди, бизнеса и политиките, извършването на правилен анализ и вземането на адекватни решения. За да се справи с този проблем, тази статия имаше за цел да прегледа литературата, да разработи инструменти за структуриране и оценка на измерванията на иновациите, да систематизира разнообразието от показатели и да оцени тяхното съответствие с изискванията на потребителите и качеството на статистическата информация. Прегледът на литературата идентифицира 23 показателя за иновации и помогна за създаването на класификационна схема с 11 атрибута и контролен списък с критерии със седем групи критерии. Резултатите от прилагането на инструмента за идентифицираните показатели разкриха, че те могат да бъдат разделени на три групи: подходящи, нуждаещи се от усъвършенстване и неподходящи, като най-добрите са Европейският индекс за иновации и Глобалният индекс за иновации. Те също показаха някои пропуски в данните, свързани с културната среда, устойчивостта, отворените иновации, структурните промени и регионалното развитие, като по този начин се засилва необходимостта от по-нататъшно усъвършенстване на теорията и методологията за измерване на иновациите, за да се допълни висококачествената макроинформация, която е лесно достъпна, с качествени данни на фирмено ниво за иновациите на мястото, където те възникват.

Г6-10. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Ilieva, L., **Todorova, L.**, & Ismailov, T. (2024). *Impact of the priorities in the European environmental policy on the development of the tourist ecosystem.* (Въздействие на приоритетите в европейската екологична политика върху развитието на туристическата екосистема.) BIO Web of Conferences, 114, 01007. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202411401007>

Резюме

С Европейския зелен пакт ЕС се стреми да внедри нови модели на растеж, които са климатично неутрални. Промислеността и екосистемите в ЕС преминават през бърз зелен и дигитален преход. В европейските политики се предвижда сътрудничество между индустрията, публичните органи, социалните партньори и заинтересованите страни по пътя на прехода на всяка екосистема. В туристическата екосистема екопредприемачеството играе ключова роля за насърчаване на отговорното пътуване и гарантиране на опазването на местните екосистеми и култури. Една от ключовите стратегии за екопредприемачите в туристическата индустрия е постоянно да внедряват иновации и да търсят нови начини за намаляване на екологичния отпечатък на пътуванията. За постигане на поставените цели, ЕС се фокусира върху прилагането на политики, които насърчават опазването на природните ресурси, опазването на културното наследство и подкрепата за местните общности, дейности, важни и за развитието на туризма. Целта на настоящото изследване е да представи потенциала на европейските екополитики и показатели за измерване на ефекта от тяхното прилагане за постигане на приоритетите, заложи в европейските политики, и тяхното въздействие върху туристическата екосистема.

Г6-11. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Marinov, M., & **Todorova, L.** (2022). *The impact of the coronavirus crisis on revenues of hotel and restaurant businesses in Bulgaria.* (Въздействието на кризата с коронавируса върху приходите на хотелиерския и ресторантьорския бизнес в България.) Economics. Ecology. Socium, 6(2), 21–28. <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2022.6.2-2>

Резюме

Въведение. Промените, настъпили в световната икономика в резултат на пандемията от коронавирус, оказаха негативно влияние върху всички икономически сектори. Най-негативното проявление на това е в туристическата индустрия. Българският туризъм също е сред силно засегнатите от кризата. Това се доказва от многобройните

фалити на туристически компании и отчетените финансови затруднения. Много от ограниченията, наложени на туристите при преминаване на национални граници, и изискванията към желаещите да ползват туристически услуги са само част от причините за кризата в сектора. Нейното задълбочаване е основа за отправяне на препоръки за коригиране на ситуацията. Причините за настоящото изследване са проблемите в туристическия сектор и заплашителните тенденции на чести корпоративни фалити, както и затваряне на много туристически обекти.

Цел и задачи. Целта на изследването е да представи ситуацията, в която функционират икономическите субекти от туристическия сектор в Република България, и да предложи решения за подобряване на тяхното финансово и икономическо състояние. В обхвата на изследването са използвани данни за различни показатели (посещения на чуждестранни туристи, нощувки на български и чуждестранни граждани, индекси на оборота в сектора и др.), описващи състоянието на българския туризъм за периода 2019–2021 г.

Резултати. Обработените данни дават представа за текущото състояние на туристическия сектор в Република България. Изследването е коректив на проблемите в бранша, които са провокирани от промените в посещенията на местни и чуждестранни туристи. Въз основа на анализа са направени набор от препоръки за подобряване на състоянието на сектора: постигане на устойчивост на туристическите посещения; по-строги изисквания към транспортните компании; предоставяне на финансова помощ от правителството; възможности за ползване на безлихвен гратисен период за получени заеми; и утвърждаване на България като безопасна дестинация.

Заключение. Проведеният ситуационен анализ на хотелиерския и ресторантьорския бизнес в България за периода 2019-2021 г. е основа за отправяне на няколко препоръки, насочени към стабилизиране на сектора. Някои от тях са свързани с: финансова подкрепа за туристическия бизнес, предоставяна от държавата; намаляване на размера на дължимия данък; осигуряване на безлихвен гратисен период за заеми от финансови институции; предоставяне на възможности за използване на средства по различни програми за внедряване на иновации в дейността на туристическите компании с цел повишаване на тяхната конкурентоспособност и привеждането им в състояние, отговарящо на националните и световните изисквания за туристически бизнес.

Г6-12. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

Varamezov, L., Petrova. S., Staanev, Y, & **Todorova, L.** (2025). *Innovation and sustainable development of European small and medium-sized enterprises in the wood processing industry.* (Иновации и устойчиво развитие на европейските малки и средни предприятия в дървопреработвателната промишленост). WoodEMA. ISBN 978-953-8446-04-7

Резюме

Иновационно ориентираните малки и средни предприятия играят важна роля в прехода към устойчиво развитие на икономиките, в повишаването на благосъстоянието на обществата и в добавянето на стойност във всички сектори на европейската икономика, включително в дървопреработвателната промишленост. Основната цел на това изследване е да се анализира и измери въздействието на иновациите, въведени от европейските малки и средни дървопреработвателни предприятия, върху тяхното устойчиво развитие в периода 2012-2022 г. Оборътът е използван като зависима променлива за оценка на икономически устойчивото развитие на дървопреработвателните предприятия, а по отношение на иновациите наборът от показатели включва „предприятия с въведени нови или подобрени бизнес процеси по вид иновация“ и „предприятия с въведени нови или значително подобрени продукти по вид иновация“. Методологичната рамка на изследването включва приложението на софтуерния продукт IBM SPSS Statistics, програмата Excel, както и метода на линейна регресия и корелация. Получените резултати позволяват идентифициране на сходства (разлики) между малките и средните дървопреработвателни предприятия в отделните европейски страни и извеждане на възникващи модели.

Г7-1. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни токове.

Smokova-Stefanova, M., Bogdanova, M., Parashkevova-Velikova, E., Krasteva, E., Stoyanova, M., & **Todorova, L.** (2024). *Best practices for gamification in cultural heritage: Bulgarian experience.* (Най-добри практики за геймификация в културното наследство: български опит.) E-Journal "Dialogue", 18(3). <https://doi.org/10.58861/tae.di.2024.3.02>

Резюме

Геймификацията привлече значително внимание през последните години. Дори културното наследство не остана незабелязано и различни техники за геймификация бяха приложени за различни цели. България е сред страните с подчертан интерес по

въпроса. Въпреки че са осъществени някои успешни инициативи и все още се прилагат, липсват систематизирани знания за това какво не работи добре и защо, което ще помогне на практиците, изследователите, публичните и местните власти да избегнат същите грешки в бъдеще. Целта на доклада е да се идентифицират най-добрите практики за геймификация в българското културно наследство. Целта се постига чрез предоставяне на специфична за контекста рамка за избор на най-добри практики за геймификация в българското културно наследство. Въз основа на набор от 12 критерия за геймификация и 9 критерия за въздействие и чрез спазване на 3-етапна процедура, първите две най-високо оценени инициативи са избрани като най-добри практики и са описани накратко.

Г7-2. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни тонове.

Bozhinova, M., Ilieva, L., **Todorova, L.**, & Pavlov, P. (2022). *Bulgarian tourism during the COVID-19 crisis.* (Български туризъм по време на кризата с COVID-19). *SWS Journal of Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.35603/sws.iscss.2022/s03.026>

Резюме

COVID-19 постави света и туризма в ситуация, която не беше предвидена дори от най-песимистичните прогнози нито на теоретичните, нито на хората, пряко ангажирани с развитието на туризма. Оттук произтича необходимостта от теоретично изследване на проблема и от дидактически и методологични знания за разпространение на резултатите от подобни изследвания в практиката. Въздействието, което кризите оказват върху развитието на туризма, е предмет на изследвания на редица български и чуждестранни автори. В момента обаче изглежда няма мащабни научни или практически изследвания на въздействието, което кризата с COVID-19 е оказала върху българския туризъм или поведението на българските туристи, така че да се дадат конкретни препоръки за по-бързо справяне с негативните ефекти от COVID-19 върху туристическия бизнес или върху туристите. Изследователската работа е актуална, тъй като изследва въздействието на кризата с COVID-19 върху българския туризъм и дава основни препоръки за по-бързо справяне с негативните ефекти от COVID-19 както за бизнеса, така и за туристите.

Г7-3. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни токове.

Marinov, M., & Todorova, L. (2020). *Effects of the COVID-19 impact on the tourism sector in Bulgaria*. (Последици от въздействието на COVID-19 върху туристическия сектор в България) *Izvestia Journal of the Union of Scientists – Varna. Economic Sciences Series*, 9(2), 68–75. <https://doi.org/10.36997/IJUSV-ESS/2020.9.2.68>

Резюме

Негативните последици от пандемията от Covid-19 са значителни и обхващат всички сектори на икономиката, като най-голямо е въздействието върху туристическия сектор. Някои от въздействията са свързани с ръста на регистрираните безработни, финансовите затруднения на предприятията и невъзможността за осъществяване на икономическа дейност поради спада в интереса на туристите към пътувания и отдих. Необходимо е да се изготви набор от мерки за справяне със сложното положение на предприятията в туристическата индустрия, които бързо ще преодолеят критичната ситуация за сектора.

Г7-4. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни токове.

Илиева, Л., & Тодорова, Л. (2019). Изследване потенциала за развитие на туризма в Дунавския туристически район. *Eastern Academic Journal*, (3), 6–18. ISSN 2367–738X

Резюме

През последните петнадесет години регионът на река Дунав, най-международният по своя характер речен басейн в света, става почти изцяло територия на Европейския съюз (ЕС). Регионът е с приоритет не само в европейските стратегически документи, но и в националните и регионални стратегически документи, тъй като е оценен неговия потенциал за развитие, особено в общините по поречието на река Дунав. Българската част от поречието попада в районите с преобладаващи селски общини със слабо развита индустриализация, влошени транспортна инфраструктура и възрастова структура на населението. Това са една малка част от социално-икономическите проблеми в района, които поставят редица предизвикателства пред пълноценното използване на реката в икономически аспект. Алтернатива на тази тенденция е развитието на нови икономически дейности, които да привлекат интереса към Дунавския район. Туризмът има потенциала да подобри състоянието в района, а със своето развитие да предизвика разнообразяване и подобряване на икономическата структура в придунавския район на България.

Целта на настоящата разработка е да се проучи потенциала за развитие на туризма в Дунавския район. За целта се представят основните приоритети за развитие на туризма в Дунавския район и се оценява състоянието на основните реализационни фактори, които влияят върху развитието му.

Г7-5. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни тонове.

Тодорова, Л. (2025). Изкуственият интелект в хотелиерството. Бранд България – гостоприемство в четири сезона с фокус: здравен, делови и развлекателен туризъм. Сборник доклади от юбилеен дискуссионен форум (pp. 105–114). Университет за национално и световно стопанство (УНСС)

Резюме

Тази статия има за цел да изследва въздействието на изкуствения интелект (ИИ) върху хотелиерската индустрия, като се фокусира върху потенциалните ползи, технологичните приложения и предизвикателствата, пред които е изправен секторът. Въз основа на преглед на литературата, анализ на съществуващите данни и практически примери от индустрията, тя има за цел да покаже как ИИ има потенциала да трансформира обслужването на клиентите, оперативната ефективност и управлението на хотелиерството, като същевременно подчертава необходимостта от внимателно планиране на дейностите и облекчаване на персонала.

Г7-6. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни тонове

Тодорова, Л. (2024). *Въздействие на формалните и неформални мрежи върху иновационните процеси в туризма.* Академично издателство „Ценов“. ISBN 978-954-23-2493-5.

Резюме

Внедряването на иновации в туристическия сектор е все по-обсъждана тема, но влиянието на различните формални и неформални мрежи върху иновационните процеси в туризма е слабо проучено. Всяка иновация е своеобразен двигател, провокиращ промяна във външния вид на туристическия продукт, респективно на туристическото предприятие. В повечето случаи иновациите, въведени от МСП, са предимно опит, използван от 106 компетенции и ноу-хау, външни за индустрията, пречупени през призмата на туризма, които водят до повишаване на

конкурентоспособността на предприятията и растеж на тяхната производителност. Настоящата разработка има за цел да представи ролята на формалните и неформалните мрежи в развитието на туристическия бизнес.

Г7-7. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томовете

Marinov, M., & Todorova, L. (2022). *The impact of the coronavirus crisis on revenues of hotel and restaurant businesses in Bulgaria.* (Въздействието на кризата с коронавируса върху приходите на хотелиерския и ресторантьорския бизнес в България) *Economics, Ecology, Socium*, 6(2), 21–28. <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2022.6.2-2>

Резюме

Промените, настъпили в световната икономика в резултат на пандемията от коронавирус, оказали негативно влияние върху всички икономически сектори. Най-негативното проявление на това е в туристическата индустрия. Българският туризъм също е сред силно засегнатите от кризата. Това се доказва от многобройните фалити на туристически компании и отчетените финансови затруднения. Много от ограниченията, наложени на туристите при преминаване на национални граници, и изискванията към желаещите да ползват туристически услуги са само част от причините за кризата в сектора. Нейното задълбочаване е основа за отправяне на препоръки за коригиране на ситуацията. Причините за настоящото изследване са проблемите в туристическия сектор и заплашителните тенденции на чести корпоративни фалити, както и затваряне на много туристически обекти.

Целта на изследването е да представи ситуацията, в която функционират икономическите субекти от туристическия сектор в Република България, и да предложи решения за подобряване на тяхното финансово и икономическо състояние. В обхвата на изследването са използвани данни за различни показатели (посещения на чуждестранни туристи, нощувки на български и чуждестранни граждани, индекси на оборота в сектора и др.), описващи състоянието на българския туризъм за периода 2019–2021 г.

Обработените данни дават представа за текущото състояние на туристическия сектор в Република България. Изследването е коректив на проблемите в бранша, които са провокирани от промените в посещенията на местни и чуждестранни туристи. Въз основа на анализа са направени набор от препоръки за подобряване на състоянието на сектора: постигане на устойчивост на туристическите посещения; по-строги изисквания към транспортните компании; предоставяне на финансова помощ от правителството;

възможности за ползване на безлихвен гратисен период за получени заеми; и утвърждаване на България като безопасна дестинация.

Проведеният ситуационен анализ на хотелиерския и ресторантьорския бизнес в България за периода 2019-2021 г. е основа за отправяне на няколко препоръки, насочени към стабилизиране на сектора. Някои от тях са свързани с: финансова подкрепа за туристическия бизнес, предоставяна от държавата; намаляване на размера на дължимия данък; осигуряване на безлихвен гратисен период за заеми от финансови институции; предоставяне на възможности за използване на средства по различни програми за внедряване на иновации в дейността на туристическите компании с цел повишаване на тяхната конкурентоспособност и привеждането им в състояние, отговарящо на националните и световните изисквания за туристически бизнес.

Г7-8. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни тонове

Тодорова, Л. (2021). *Динамика в заетостта на легловата база по Българското Черноморие за периода 2019–2021 г.* Академично издателство „Ценов“. ISBN 978-954-23-2069-2.

Резюме

Промените в заетостта на легловата база за периода 2019-2021 г. се дължат главно на световната здравна пандемия, която се отрази негативно върху туристическия бизнес. Създалата се криза в бранша доведе до сериозни финансови последици за туристическите предприемачи. Развитието на сектора зависи от анализа на настоящото му състояние породило се в следствие на предприети мерки и действия и бъдещото поведение на заинтересованите страни към посока устойчивото му съживяване и напредък.

Г7-9. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни тонове

Тодорова, Л. (2025). Туристически агенции от следващо поколение: Използване на технологии за персонализирани и ангажиращи туристически преживявания. В Туризмът и новата реалност: Известия на катедра „Икономика и управление на туризма“, том I (с. 78–84). Издателство „Наука и икономика“ – ИУ – Варна.
<https://doi.org/10.56065/TNR2025.78>

Резюме

В отговор на динамично променящата се туристическа индустрия, туристическите агенции възприемат иновативни подходи в съответствие с променящите се потребителски изисквания и технологичния напредък. Тази статия има за цел да разгледа иновативните технологии, внедрени от туристическите агенции, които трансформират сектора, като се фокусира върху интегрирането на изкуствен интелект (ИИ), приемането на устойчиви практики, внедряването на модели, базирани на абонамент, използването на генерирано от потребителите съдържание (UGC) и акцент върху туристическите преживявания. Въз основа на международни и български източници, анализът подчертава значението на иновациите за повишаване на оперативната ефективност, ангажираността на клиентите и конкурентоспособността на туристическия пазар.

Г9-1. Студии, публикувани в нерелативирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни тонове

Божинова, М., Илиева, Л., **Тодорова, Л.**, & Павлов, П. (2025). *Иновациите – фактор за конкурентоспособен туризъм в България*. Алманах „Научни изследвания“, (33). 7-44. Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов. <https://almanahni.unisvishtov.bg/title.asp?title=3085>

Резюме

За да бъде реализиран потенциалът на българския туристически сектор, туристическите предприятия у нас трябва да адаптират дейността и стратегиите си към променените потребителски предпочитания и световните тенденции в туризма. Поради това, за да бъдат конкурентоспособни на глобалния туристически пазар, е необходимо да повишат иновационната си активност, респективно да внедряват различните типове иновации. Това е от съществено значение за стабилизиране и устойчиво развитие на туристическия бизнес. Целта на настоящата разработка е емпирично изследване на иновационната активност и дейност на туристическите предприятия в България и възможностите, които иновациите предоставят за развитието на конкурентоспособен туризъм.

Основната изследователската теза е, че внедряването на иновации води до оптимизиране на бизнес процесите в туристическите предприятия и повишаване конкурентоспособността на отделното туристическо предприятие и на целия туристически сектор. В резултат на извършеното изследване са постигнати всички поставени задачи, а именно: проучена е иновационната активност на българските туристически предприятия; изследвано е състоянието на иновационната дейност в

туристическия сектор в България и потребителските нагласи за иновации; определено е въздействието на дигиталните и екологичните иновации върху потребителското поведение и бизнес решенията в туризма; идентифицирани са предизвикателствата и бариерите пред внедряването на иновации в туристическия сектор в България и на ключови възможности за повишаване на неговата конкурентоспособност.

Г9-2. Студии, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни тонове

Божинова, М., Илиева, Л., **Тодорова, Л.**, & Павлов, П. (2022). Състояние и възможности за развитие на българския туризъм в условията на COVID-19. Алманах „Научни изследвания“, 30(1), 183–213. Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов. <https://dlib.uni-svishtov.bg/handle/10610/12>

Резюме

Появилият се като вирус COVID-19, прерасна в социално и икономическо бедствие след взетите ограничителни мерки във всички държави. Туризмът е един от най-засегнатите от пандемията сектори, тъй като мерките, въведени за ограничаване на вируса, доведоха почти до пълно спиране на туристическите дейности по целия свят. В този смисъл целта на настоящата разработка е, въз основа на проучване въздействието на COVID-19 кризата върху българския туризъм и поведението на българските туристи да се изведат възможности за преодоляване на последиците от кризата и да се очертаят насоки за неговото развитие. Основната изследователската теза е тясно свързана с целта на проучването и защитава авторовите виждания, че възстановяването на българския туризъм в условията на COVID-19 е възможно единствено посредством предприемането на конкретни мерки, основаващи се на задълбочен анализ на състоянието, в което се намира туристическият бизнес, и отчитане на потребителските нагласи за потребление на туристически услуги в условията на COVID-19. Чрез анкетен метод се изследват потребители на туристически услуги в България. Постигнати са всички задачи на изследването, а именно: изследвани са теоретичните постановки за управление на кризите в туризма; анализирано е състоянието на българския туризъм в условията на COVID-19; направен е преглед на действащите фискални и социални мерки за възстановяване на туристическия сектор; проучени са нагласите към потребление на туристически услуги в условията на COVID-19; изведени са възможности и препоръки за справяне на туристическия бизнес с последиците от COVID кризата.

Г10-1. Публикувана глава от колективна монография

Божинова, М., Илиева, Л., **Тодорова, Л.**, Павлов, П., Константинова, Й., & Кръстанова, В. (2024). Повишаване конкурентоспособността на туристическия сектор в България чрез внедряване на иновации. Академично издателство „Ценов“. ISBN 978-954-23-2521-5.,

Глава първа и Глава четвърта

<https://www.igi-global.com/chapter/eco-friendly-dairy-products/380608>

Резюме

Туристическата индустрия в България притежава значителен потенциал за растеж и развитие, обусловен от богатото културно наследство, разнообразните природни ресурси и благоприятното географско положение на страната. В условията на засилена конкуренция на международния туристически пазар устойчивото развитие на сектора изисква активно внедряване на иновативни практики и съвременни технологии. Европейският и световният опит показват, че иновациите са ключов фактор за повишаване на конкурентоспособността, ефективността и адаптивността на туристическия бизнес.

Обект на настоящото изследване са туристическите предприятия в България, предоставящи основни туристически услуги, а предметът обхваща тяхната иновационна активност и обхвата на иновационната им дейност. Целта на проучването е, на основата на теоретичен и емпиричен анализ, да се идентифицират възможностите, които иновациите предоставят за развитието на по-конкурентоспособен туристически бизнес. За постигане на целта са формулирани задачи, свързани с изследване на иновационните дейности в туристическите предприятия, анализ на връзката между иновациите и конкурентоспособността, разработване и апробиране на модел за измерване на иновационната активност, както и оценка на влиянието на иновациите върху ключови процеси в туризма – дигитализация, екологизация, управление на кризи и развитие на културния туризъм.

Методологията на изследването се основава на комбинация от индуктивен и дедуктивен подход, анализ и синтез, контент анализ, сравнителен анализ и анкетно проучване. Проведени са две онлайн анкетни изследвания чрез Microsoft Forms в периода юни – юли 2024 г. – едното сред представители на туристическия бизнес, а другото сред потребители на туристически услуги. Данните са обработени и анализирани с помощта на Microsoft Excel.

Емпиричната база включва 116 представители на туристическия сектор (хотелиери, ресторантьори, туроператори, туристически агенти и организатори на събития) и 226 потребители на туристически услуги, с широко териториално покритие. Получените резултати потвърждават изследователската теза, че внедряването на иновации допринася за повишаване на конкурентоспособността на туристическите предприятия чрез подобряване качеството на услугите, оптимизиране на бизнес процесите и осигуряване на по-добро клиентско преживяване. В заключение се

подчертава, че успешната интеграция на иновативни практики и технологии е ключов фактор за укрепване на позициите на туристическия сектор в България на световния туристически пазар.

Г10-2. Публикувана глава от колективна монография

Ilieva, L. M., Prosenko, Y. V., **Todorova, L. K.**, Spasova, S. P., & Chumikova, S. Y. (2022). *Innovative solutions through digitalization of the tourism business as a result of the COVID-19 pandemic*. (Иновативни решения чрез дигитализация на туристическия бизнес в резултат на пандемията от COVID-19) In *Digital Technologies and Institutions for Sustainable Development* (pp. 467–470). *Advances in Science, Technology & Innovation (ASTI)*. https://doi.org/10.1007/978-3-031-04289-8_79

*Индексирана

Резюме

През последните години туризмът е сред най-бързо развиващите се икономически сектори в света. Туризмът демонстрира своята устойчивост по време на много предизвикателства и кризи. Той се доказва и като движеща сила за устойчив глобален социално-икономически прогрес и развитие. Този растеж е неразделен от нарастващата дигитализация, която насърчава иновациите, напредъка и глобализацията в туристическата индустрия и изцяло предефинира концепциите за пътуване. Все още няма ясна представа как ще продължи да се развива туризмът след безпрецедентната криза, причинена от пандемията от COVID-19. Очевидно е обаче, че туризмът ще се възстанови и ще допринесе за възстановяването на сериозно засегнатите икономики и общества, благодарение на способността си да се адаптира към промените и да предоставя иновативни решения на новите предизвикателства. Целта на изследването е да се представят някои дигитални решения, въведени в туристическия сектор по време на ограниченията, свързани с COVID-19.

Г10-3. Публикувана глава от колективна монография

Ilieva, L., **Todorova, L.**, Bozhinova, M., & Marinov, M. (2025). Research on consumer attitudes towards innovation in tourism. (Изследване на потребителските нагласи към иновациите в туризма.) In *9th International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era* (p. 33). <https://doi.org/10.31410/tmt.2024-2025.33>


Резюме

Туристическата индустрия се характеризира с висока степен на иновации, от въвеждането на нови продукти и услуги до приемането на нови технологии и бизнес модели. Клиентският опит и възприятията за иновациите също се превърнаха във важен

фактор с разработването на потребителска рамка за измерване на иновациите в туризма.

Тази статия има за цел да изследва потребителските нагласи към иновациите в туризма, използвайки преглед на съществуващата литература и анкета. За тази цел е извършен преглед на литературата, представящ поведението на различните поколения туристи и тяхното отношение към технологиите. Проведено е практическо проучване на нагласите на туристите към иновациите, внедрени от туристическия бизнес. В резултат на изследването са очертани основните иновации, свързани с търсенето на информация и избора на дестинация и туристически обект.

Свищов
20.02.2026 г.

С уважение:.....
(гл. ас. д-р Л. Тодорова)