РЕЗЮМЕТА

на рецензираните публикации в конкурс за заемане на академична длъжност професор по професионално направление 4.4. Науки за Земята, научна специалност "Икономическа и социална география" (География на туризма) за нуждите на департамент География в НИГГГ – БАН, обнародван в "Държавен вестник" бр. 71 от 7 август 2026 г. на доц. д-р Десислава Вараджакова на български и английски език

ПОКАЗАТЕЛ В.4. Хабилитационен труд - научни публикации в издания, които са реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация

B.4_1. Varadzhakova, D., Naydenov, A., Zhelezov, G., Naumov, N., & Raykova, M. (2025). Negative Attitudes Towards Domestic Leisure Tourism in Bulgaria: Regional Disparities and Policy Implications. *Sustainability*, 17(17), 7730. https://doi.org/10.3390/su17177730

Abstract: The objective of this study is to investigate the attitudes of Bulgarian citizens towards domestic leisure tourism, to identify the reasons behind negative attitudes across different territory types. An adapted version of Fishbein's multi-attribute model was applied to a nationally representative sample through a two-staged clustered sampling method with a stratification at two stages. The purpose of this research is to examine consumer attitudes towards both winter and summer domestic leisure tourism by region. The highest level of negative attitudes towards domestic winter leisure tourism were found in non-maritime territories, followed closely by the densely populated non-maritime and the maritime areas. The main concerns are the lack of natural snow and insufficient tourism services. For summer leisure tourism, negative attitudes are relatively higher with the overdevelopment of resorts and pollution cited as the primary issues. The discussion compares these findings with those of previous studies. This study contributes to the existing literature through its original approach and practical relevance. Its significance lies in the potential to inform the development of effective regional marketing policies. Practical and theoretical implications are provided, offering insights into regional and national tourism strategies. These include territorial planning to prevent overdevelopment, improving tourism services, and adopting the best practice to mitigate environmental pollution.

Резюме: Целта на изследването е да проучи нагласите на българските граждани към вътрешния ваканционен туризъм и да установи причините за негативните нагласи в различните типове територии. Приложена е адаптирана версия на мултиатрибутивния модел на Фишбейн върху национално представителна двустепенна гнездова, стратифицирана по области и по тип на населеното място извадка. Изследването разглежда потребителските нагласи както към зимния, така и към летния вътрешен ваканционен туризъм, анализирани по региони. Най-високо ниво на негативни нагласи към зимния вътрешен туризъм е установено сред населението, живеещо в районите, отдалечени от черноморското крайбрежие, следвани непосредствено от гъсто населените райони във вътрешността на страната и крайбрежните райони. Основните посочени недостатъци са свързани с липсата на естествен сняг и недостатъчно доброто качество на туристическите услуги. По отношение на летния ваканционен туризъм негативните нагласи са сравнително по-силно изразени. Като основни проблеми се посочват прекомерното застрояване на

курортите и замърсяването на околната среда. В дискусионната част получените резултати се съпоставят с данни от предходни проучвания. Изследването допринася за обогатяване на съществуващата научна литература чрез своя оригинален подход и практическа значимост. Неговата стойност се състои във възможността да послужи като основа за разработване на ефективни политики за регионален маркетинг. Представени са практически и теоретични насоки, които могат да залегнат в разработването на регионални и национални стратегии в туризма. Включват предложения за по-добро териториално планиране с цел предотвратяване на прекомерното застрояване, подобряване на туристическите услуги и прилагане на добри практики за ограничаване на замърсяването на околната среда.

B4_2. Naumov, N., Naydenov, A., **Varadzhakova, D**., & Raykova, M. (2026). Residence Place Type as a Determinant of Domestic Winter Tourism Attitudes: The Case of Bulgaria. *Geographies*, 6(2), 37. https://doi.org/10.3390/geographies6020037

Abstract: Winter tourism is increasingly influenced by changing socio-demographic dynamics, climate change, and evolving leisure preferences. While prior research has examined winter tourist motivations, sustainability strategies and climate change adoption, less attention has been paid to differences between urban and rural residents in their attitudes toward domestic winter leisure tourism. This study addresses this gap by exploring variations in participation patterns, service evaluations, and overall tourism experiences among urban and rural Bulgarian residents. Drawing on a quantitative survey of urban and rural residents (n = 1003), the research systematizes the general characteristics of domestic winter leisure tourism practices and evaluates key tourism service dimensions, including accessibility, accommodation, pricing, infrastructure, and environmental quality. Descriptive statistics and inferential analyses were applied to identify statistically significant differences between groups. The findings reveal distinct behavioural and perceptual patterns: urban residents demonstrate higher participation frequency and place greater emphasis on service quality and diversified amenities, whereas rural residents show stronger sensitivity to pricing and accessibility factors. Differences are also observed in the overall evaluation of the tourism experience, reflecting structural and socio-economic disparities. The study contributes to winter tourism literature by integrating spatial residence into the analysis of domestic tourism demand and experience assessment. The results provide practical implications for destination managers and policymakers seeking to design differentiated marketing strategies and improve service provision in line with the needs of diverse domestic segments.

Резюме: Зимният туризъм е все по-силно повлиян от променящата се социално-демографска динамика, изменението на климата и предпочитания за свободното време. Докато предишни изследвания са разглеждали мотивацията на туристи, практикуващи зимен туризъм, стратегиите за устойчивост и изменението на климата, по-малко внимание е обръщано на различията в нагласите между жителите на градовете и селата по отношението на вътрешния зимен туризъм. Това проучване разглежда тази празнина, като изследва вариациите в поведенческите модели, оценките на потребяваните туристически услуги и общия туристически опит сред жителите на градовете и селата в България. Въз основа на количествено проучване на жителите на български градове и села (n = 1003), изследването систематизира общите характеристики при практикуването на вътрешен зимен туризъм и оценява ключови измерения на туристическите услуги, включително достъпност, настаняване, ценообразуване, инфраструктура и качество на околната среда. За идентифициране на статистически значими разлики между групите са приложени дескриптивна

статистика и инференциален анализ. Констатациите разкриват различни поведенчески и перцептивни модели: жителите на градовете демонстрират по-висока честота на участие и поставят по-голям акцент върху качеството на услугите и разнообразните удобства, докато жителите на селските райони показват по-силна чувствителност към фактори като цени и достъпност. Разлики се наблюдават и в общата оценка на туристическото преживяване, отразявайки структурни и социално-икономически неравенства. Изследването допринася за научната литература за зимния туризъм, като интегрира местоживеенето на анкетираните в анализа на търсенето на вътрешен туризъм и оценката на преживяванията. Резултатите имат практически принос за дейността на организациите, занимаващи се с управление на дестинации и институциите, които се стремят да разработят диференцирани маркетингови стратегии и да подобрят предоставяните услуги в съответствие с нуждите на различните сегменти от вътрешни туристи.

B4_3. Naumov N., **Varadzhakova D.,** A. Naydenov (2024) Domestic leisure tourism destination choice and who do we trust: The case of Bulgaria, *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijic", SASA* 2024 Volume 74, Issue 2, Pages: 229-244, https://doi.org/10.2298/IJGI240226007N

Abstract: Destination marketing and branding are key factors that considerably influence the destination choices for both domestic and international visitors. Understanding the dynamics of how tourists select which destination to visit is crucial for destination planners, tourism organizations, and businesses. This is particularly so in the context of domestic tourism, in which it is imperative to study the factors that influence consumer choices and more specifically, the factors that influence domestic destination choices. This paper explores the influence of different information sources when choosing a destination in the context of the domestic tourism market in Bulgaria. The study is based on the data collected from a national representative survey (N = 1,003) which utilizes a two-staged random sample stratified by districts and the residence place type. The findings suggest that the most influential information source for destination choice for domestic visitors is the opinions/suggestions of friends and relatives. This is the case for all age groups, regardless of their gender, marital status, number of children, education levels, income, or place of residence. The findings of the study provide valuable insights into the existent literature on domestic tourism and destination marketing and economic geography. Although particularly focused on the unique dynamics of domestic tourism in Bulgaria, the findings of the study can be useful to tourism stakeholders at destinations with a developed domestic market, particularly in Central and Eastern Europe.

Резюме: Маркетингът и брандингът на туристически дестинации са ключови фактори, които оказват значително влияние върху избора на дестинация както от страна на вътрешните, така и на чуждестранните туристи. Разбирането на динамиката на процеса, чрез който туристите избират дестинация за посещение, е от решаващо значение за планиращите развитието на дестинациите, туристическите организации и бизнеса. Това е особено важно в контекста на вътрешния туризъм, където е наложително да се проучат факторите, влияещи върху избора на дестинации в рамките на страната. Статията изследва влиянието на различните информационни източници при избора на дестинация в контекста на пазара на вътрешния туризъм в България. Проучването се основава на данни от национално представително изследване (N = 1003), използващо двустепенна случайна извадка, стратифицирана според административните области и типа населено място. Резултатите показват, че най-силно влияние върху избора на дестинация от страна на вътрешните туристи оказват

мненията и препоръките на приятели и познати. Тази тенденция се наблюдава при всички възрастови групи, независимо от пола, семейното положение, броя на децата, образователното равнище, доходите или местоживеенето. Констатациите от проучването обогатяват съществуващата научна литература в областта на вътрешния туризъм и маркетинга на дестинации и икономическата география. Макар и фокусирани върху специфичната динамика на вътрешния туризъм в България, резултатите от изследването могат да бъдат полезни за заинтересованите страни в туризма на дестинации с развит вътрешен пазар, особено в Централна и Източна Европа.

B4_4. **Varadzhakova, D**., & Naydenov, A. (2025). Consumers' Attitudes Toward Domestic Leisure Tourism: The Case of Bulgaria. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 108. https://doi.org/10.3390/tourhosp6020108

Abstract: The present paper aims to analyze consumers' attitudes to domestic leisure tourism, considering essential factors that affect consumer travel choices and experiences. The focus is on the attitudes to the main advantages and disadvantages of domestic leisure tourism in Bulgaria. The research is based on the outcomes of a nationally representative survey among 1003 respondents aged over 18. The results are interpreted using the Fishbein multi-attribute model. The results reveal that the customers' attitudes toward the advantages of the Bulgarian winter (ski) and summer (sea) domestic leisure tourism are relatively higher compared to the midpoint of the interval and to their highest point. Although the score for summer domestic leisure tourism is slightly lower than that of winter tourism, Bulgarian consumers appear to be more dissatisfied with the advantages of summer (sea) domestic leisure tourism. The dissatisfaction is not only greater compared to the midpoint of the scale but also in comparison to the disadvantages associated with winter domestic leisure tourism. Overall, Bulgarian consumers are more attracted to the positive aspects of domestic winter leisure tourism and more concerned about the negative aspects of summer tourism.

Резюме: Статията има за цел да анализира нагласите на потребителите към вътрешния ваканционен туризъм, като отчита съществените фактори, влияещи върху избора на дестинация и цялостното преживяване. Фокусът е поставен върху нагласите към основните предимства и недостатъци на вътрешния ваканционен туризъм в България. Изследването се основава на резултатите от национално представително проучване сред 1003 респонденти на възраст над 18 години. Резултатите са интерпретирани чрез използване на мултиатрибутивния модел на Фишбейн. Те показват, че нагласите на потребителите към предимствата на българския вътрешен зимен (ски) и летен (морски) ваканционен туризъм са сравнително по-високи както спрямо средната стойност на интервала, така и спрямо максималната възможна стойност. Въпреки че оценката за летния вътрешен ваканционен туризъм е малко по-ниска от тази за зимния, българските потребители изглеждат по-недоволни от характеристиките на летния (морски) вътрешен туризъм. Тази негативна оценка е по-силна не само в сравнение със средната стойност на скалата, но и в сравнение с недостатъците, свързани със зимния вътрешен туризъм. Като цяло, българските потребители са по-привлечени от положителните аспекти на зимния вътрешен ваканционен туризъм и са по-разочаровани от недостатъците на летния туризъм.

B4_5. Varadzhakova, D., Naydenov, A., Ilieva, N., & Raykova, M. (2023). THE BULGARIAN NATIONAL BLACK SEA RESORTS IN THE CONTEXT OF DOMESTIC TOURISM. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 49(3), 1087–1095. https://doi.org/10.30892/gtg.49324-1108

Abstract: Stimulating domestic tourism is a priority in the development of the tourism industry in Bulgaria. The share of the population's expenditure on travel within the country averages 69% of total travel expenditure. Therefore, the purpose of this article is to analyse the attractiveness, effectiveness, and significance of the national Black Sea resorts for domestic tourism. The data used in the present paper are published and accessible at the web site of the National Statistical Institute of Republic of Bulgaria. To examine the main tendencies in the yearly time series, concerning the Bulgarian Black Sea resorts, we have used statistical analysis of the trend cycle. The selected indicators used for analyses are bed-places in the accommodation establishments in the Bulgarian national Black Sea resorts, arrivals in accommodation establishments, nights spent, revenue from the nights spent and average daily rate per person. The results of the present analysis confirm some trends regarding tourists' attitudes towards domestic tourism and that the resorts offer a pricing policy to attract Bulgarian tourists. The analysis shows the potential of domestic tourism to recover the tourism industry in crises.

Резюме: Стимулирането на вътрешния туризъм е приоритет в развитието на туристическата индустрия в България. Делът на разходите на населението за пътувания в страната възлиза средно на 69% от общите разходи за пътуване. Поради това целта на статията е да анализира привлекателността, ефективността и значението на националните черноморски курорти за вътрешния туризъм. Използваните данни в статията са публикувани и достъпни на уебсайта на Националния статистически институт на Република България. За изследване на основните тенденции в годишните времеви редове, отнасящи се до българските черноморски курорти, е приложен статистически анализ на времеви редове. Подбраните за анализа показатели включват: брой легла в местата за настаняване в българските черноморски курорти, брой пренощували лица, брой реализирани нощувки, приходи от нощувки и средна цена на нощувка на човек. Резултатите от анализа потвърждават определени тенденции в нагласите на туристите към вътрешния туризъм и показват, че курортите прилагат ценова политика, насочена към привличане на български туристи. Анализът демонстрира потенциала на вътрешния туризъм за възстановяване на туристическата индустрия в условия на криза.

B4_6. Varadzhakova, D., & Raykova, M. (2024). Domestic tourism destination image: Bibliometric analysis. *Forum geografic*, XXIII (1), 86-98. doi:10.5775/fg.2024.1.3621

Abstract: Destination image research is essential for creating marketing strategies and increasing tourist interest. As the UNWTO data shows that domestic tourism is much larger than international tourism, studying the image of destinations for domestic tourists is key to tourism development. The existing scientific knowledge about the image of domestic tourism is the basis for further studies. Therefore, the main goal of this article is to make an analysis of the publications dealing with this topic in Scopus as one of the biggest databases. The main method was the bibliometric analysis; VOSviewer software was used for science mapping of the results. The focus was on co-authorship, organizations and countries of authors, citation analysis by documents and by countries, co-citation analysis, bibliographic coupling by documents and by authors, and keywords co-occurrence. The period of the publications is

between 1995 and 2024. Thus, 105 papers are analyzed. The results show that there is an increase in scientific interest in the topic after 2015, with the main articles published in top quartile journals in the Scopus database. The data reveal that a greater part of the studies is in the field of economic sciences.

Резюме: Изследването на имиджа на туристическите дестинации е от съществено значение за разработването на маркетингови стратегии и повишаването на интереса на туристите. Тъй като данните на Световната организация по туризъм към ООН (UNWTO) показват, че вътрешният туризъм значително надхвърля международния, изучаването на имиджа на дестинациите от гледна точка на вътрешните туристи е ключов фактор за развитието на туризма. Натрупаните научни познания относно имиджа на вътрешния туризъм служат като основа за бъдещи изследвания. Поради това основната цел на статията е да се анализират публикациите по темата, индексирани в Scopus – една от най-големите научни бази данни. Като основен метод е използван библиометричният анализ, а за визуализиране на научните връзки (научно картографиране) е приложен софтуерът VOSviewer. Фокусът на изследването обхваща съавторството, институционалната и националната принадлежност на авторите, анализа на цитиранията (по документи и по държави), анализа на съвместните цитирания, библиографското свързване (по документи и по автори), както и съвместната поява на ключови думи. Периодът на обхват на публикациите е от 1995 г. до 2024 г., като са анализирани общо 105 научни труда. Резултатите показват нарастващ научен интерес към темата след 2015 г., като основните статии са публикувани в списания от най-високия квартил (Q1) в базата данни Scopus. Данните разкриват, че по-голямата част от изследванията попадат в сферата на икономическите науки.

ПОКАЗАТЕЛ Г: **7. Научна публикация в издания, които са реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация**

Г7_1. Naumov, N., **Varadzhakova, D.,** & Naydenov, A. (2021). Sanitation and hygiene as factors for choosing a place to stay: perceptions of the Bulgarian tourists. *Anatolia*, *32*(1), 144–147. https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1771742

Abstract: This research note examines how Bulgarian tourists perceive sanitation and hygiene as decision-making factors when choosing accommodation during the COVID-19 pandemic. Based on an online survey of 656 respondents conducted in April 2020, the study explores preferences for different types of lodging, levels of trust in sanitation standards, and willingness to use personal disinfectants. The findings reveal a strong preference for family-owned apartments and second homes, driven by perceptions of higher hygiene and lower risk. Although 4/5-star hotels are the second most preferred option, guest houses are favored over chain-branded hotels, suggesting that smaller establishments are perceived as safer and less crowded. More than half of respondents indicate they would "definitely" or "more likely" use their own disinfectants to clean rooms and bathrooms, with women and older tourists showing the highest levels of concern. The study highlights the growing importance of sanitation as a critical determinant of accommodation choice and underscores the need for clear national and international hygiene standards in the tourism sector.

Резюме: Публикацията разглежда как българските туристи възприемат санитарните условия и хигиената като фактори при избора на място за настаняване по време на пандемията от COVID-19. Въз основа на онлайн проучване сред 656 респонденти, проведено през април 2020 г., изследването анализира предпочитанията към различни видове места за настаняване, нивата на доверие в санитарните стандарти и готовността за използване на лични дезинфектанти. Резултатите разкриват силно предпочитание към апартаменти, собственост на частни лица, и към ваканционни имоти, което се дължи на възприятието за по-високо ниво на хигиена и по-нисък риск. Макар хотелите с категория 4 или 5 звезди да са вторият най-предпочитан вариант, къщите за гости се ползват с по-голямо одобрение от хотелите на големи вериги, което показва, че по-малките обекти се възприемат като по-безопасни и с по-малко съсредоточаване на големи групи хора. Повече от половината респонденти посочват, че „категорично“ или „по-скоро“ биха използвали собствени дезинфектанти за почистване на стаите и санитарните възли, като най-висока степен на загриженост проявяват жените и по-възрастните туристи. Изследването подчертава нарастващото значение на санитарните условия като ключов фактор при избора на място за настаняване и акцентира върху необходимостта от ясни национални и международни хигиенни стандарти в туристическия сектор.

Г7_2. Varadzhakova, D., & Naydenov, A. (2024). DOES THE GENERATION INFLUENCE DOMESTIC LEISURE TOURISM PRACTICES? THE CASE OF BULGARIA. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 53(2), 687–696. https://doi.org/10.30892/gtg.53232-1244

Abstract: The main goal of the article is to study the generations that are actively participating in the tourism market at the moment and to examine their attitudes towards domestic tourism. The analyses of the generations' domestic leisure tourism practices in Bulgaria include two-dimensional frequency distributions and statistical pair-wise hypothesis testing in order to clarify the exact differences amongst the generations studied. The study reveals that the youngest generations travel more than the elders. The top 3 'factors' that burden the travelling intentions amongst the Bulgarians are: lack of financial resources, lack of enough free time and family reasons. The most significant reason for older generations not traveling is lack of enough money and for the younger is mix between lack of finance and lack of enough free time. The generations differ from each other in their travel preferences, behaviour, expectations. However, some similarities are observed between them. It is noteworthy that most respondents, regardless of the generation they belong to, have visited more summer seaside resorts than mountain winter resorts in the last five years.

Резюме: Основната цел на статията е да се проучат поколенията, които понастоящем участват активно на туристическия пазар, и да се разгледат нагласите им към вътрешния туризъм. Анализът на практикуването на вътрешен ваканционен туризъм от различните поколения в България включва двумерни честотни разпределения и статистическа проверка на хипотези, за да се изяснят конкретните разлики между изследваните групи. Проучването показва, че най-младите поколения пътуват повече от по-възрастните. Трите основни фактора, ограничаващи пътуванията на българите, са: липса на финансови средства, недостиг на свободно време и семейни причини. Най-съществената причина по-възрастните поколения да не пътуват е липсата на достатъчно средства, докато при по-младите тя е комбинация от липса на финанси и недостиг на свободно време. Поколенията се различават

помежду си по своите предпочитания, поведение и очаквания при пътуване. Въпреки това се наблюдават и някои прилики. Прави впечатление, че повечето респонденти, независимо от поколението, към което принадлежат, са посетили повече летни морски курорти, отколкото зимни планински курорти през последните пет години.

Г7_3. Naydenov, A., N. Naumov, **D. Varadzhakova** (2023) Camping Tourism in Bulgaria: A time-series analysis of tourist demand, *Geographia Polonica* (2023) vol. 96, iss. 3, pp. 361-380. https://doi.org/10.7163/GPol.0260

Abstract: Camping tourism has become very popular since the beginning of COVID-19 as tourists started to look for socially distanced and yet experiential activities. However, the academic scholarship is relatively thin, particularly in the context of Eastern Europe – a geographical location with rich traditions in outdoor camping and tourism. Drawing on a quantitative methodology based on ARIMA and SARIMA, this study addresses this gap by forecasting the changes in camping tourism development in the short term in Bulgaria. The results indicate a decline of inbound tourism and international visittors but also suggest a positive trend of development for the domestic market.

Резюме: Къмпинг туризмът придоби голяма популярност след началото на пандемията от COVID-19, тъй като туристите започнаха да търсят занимания, позволяващи социална дистанция, но същевременно предлагащи стойностни преживявания. Въпреки това, научните изследвания по темата са сравнително оскъдни, особено в контекста на Източна Европа – регион с богати традиции в къмпингуването и туризма сред природата. Използвайки количествена методология, базирана на моделите ARIMA и SARIMA, настоящото изследване запълва тази празнина, като прогнозира краткосрочните промени в развитието на къмпинг туризма в България. Резултатите показват спад във входящия туризъм и броя на чуждестранните посетители, но същевременно очертават положителна тенденция в развитието на вътрешния пазар.

Г7_4. Naydenov, A., & **Varadzhakova, D**. (2025). Application of the representative statistical surveys for the purposes of studying the attitudes towards the domestic tourism in Bulgaria - on the example of the Plovdiv District. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 63(4spl), 2687–2693. https://doi.org/10.30892/gtg.634spl14-1629

Abstract: The main goal of the article is to determine the attitudes of the population of the second largest district in Bulgaria - Plovdiv towards the domestic is to determine the attitudes tourism in the country and the main factors that influence them. The analysis in this article is based on the microdata from a nationally representative survey, using two-staged clustered sample of respondents, stratified by Bulgarian districts and residence place type and the application of statistical methods such as frequency distributions and measures of central tendency (summary statistics). The results show that the residents of Plovdiv district prefer summer vacation tourism much more than winter one, although the practicing of it is relatively rare - 1-2 times a year. The main reasons that hinder more frequent travel in the country are primarily of a financial nature. Decisions on booking accommodation are predominantly based on advice from people already experienced in the field, especially relatives and friends. The availability of public transport in the Plovdiv district is not a strong incentive for use among residents, who prefer traveling domestically by private vehicle. The residents of the district show a much stronger preference for summer vacations at the Bulgarian seaside compared to leisure domestic tourism at mountain winter resorts. Despite the relatively high ratings given

by the respondents, the main problems faced by the domestic tourists are: the unreasonably high prices, the poor service, the overbuilding, and the orientation of tourism services primarily towards the foreign market. The conclusion outlines the main measures that need to be taken to overcome negative attitudes, related to improving the quality of service in winter and summer resorts, improving transport infrastructure, strengthening the image of Bulgarian tourism through the main communication channels, etc.

Резюме: Основната цел на статията е да установи нагласите на населението в област Пловдив – втората по големина област в България – спрямо вътрешния туризъм в страната, както и основните фактори, които им влияят. Анализът се основава на микроданни от национално представително проучване, използващо двустепенна клъстерна извадка от респонденти, стратифицирана по области и тип населено място, както и на прилагането на статистически методи като честотни разпределения. Резултатите показват, че жителите на област Пловдив предпочитат летния ваканционен туризъм пред зимния, макар че практикуването му е сравнително рядко – 1–2 пъти годишно. Основните причини, възпрепятстващи по-честите пътувания в страната, са предимно от финансов характер. Решенията за резервиране на места за настаняване се вземат главно въз основа на съвети от хора с опит в тази сфера, особено приятели и познати. Наличието на обществен транспорт в област Пловдив не е силен стимул за използването му от жителите, които предпочитат да пътуват в страната със собствен автомобил. Жителите на областта проявяват много по-силно предпочитание към летни почивки по българското Черноморие в сравнение с отдих в планинските зимни курорти. Въпреки сравнително високите оценки, дадени от респондентите, основните проблеми, с които се сблъскват вътрешните туристи, са: неоправдано високите цени, лошото обслужване, презастрояването и насочеността на туристическите услуги предимно към чуждестранния пазар. В заключение са очертани основните мерки за преодоляване на негативните нагласи, свързани с подобряване на качеството на обслужване в зимните и летните курорти, подобряване на транспортната инфраструктура, укрепване на имиджа на българския туризъм чрез основните комуникационни канали и др.

Г7_5. Naydenov, A., Naumov, N., **Varadzhakova, D**., Raykova. M. (2026) Who Holidays at home? Segmenting Bulgarian Domestic Tourists Through Cluster Analysis, *Tourism and Hospitality*, 7(1), 19; https://doi.org/10.3390/tourhosp7010019

Abstract: The present study employs cluster analysis to segment Bulgarian domestic tourists based on microdata from a nationally representative survey (n = 1003) of summer holidaymakers on the Black Sea coast destinations. The primary objective is to identify homogeneous groups of tourists with similar demographic and behavioural characteristics, thereby enabling the development of more targeted tourism policies and marketing strategies. The methodological framework includes both hierarchical and non-hierarchical (k-means) clustering, applied to standardized variables such as age, household size, satisfaction with various aspects of the tourist experience, and behavioural intentions. The analysis reveals four distinct tourist profiles, each characterized by specific patterns of evaluation and travel behavior - retirement age loyalists, middle-aged sceptics, younger moderate enthusiasts and young high loyalists. The findings reveal the heterogeneity of the domestic tourism market in Bulgaria and provide a data-driven foundation for enhancing the effectiveness of tourism management and promotional efforts.

Резюме: Изследването използва клъстерен анализ за сегментиране на българските вътрешни туристи въз основа на микроданни от национално представително проучване (n = 1003) сред туристи, практикуващи летен ваканционен туризъм по българското черноморско крайбрежие. Основната цел е да се идентифицират хомогенни групи туристи с подобни демографски и поведенчески характеристики, което да позволи разработването на по-целенасочени политики в туризма и маркетингови стратегии. Методологическата рамка включва както йерархично, така и не-йерархично (k-means) клъстериране, приложени върху стандартизирани променливи като възраст, размер на домакинството, удовлетвореност от различни аспекти на туристическото преживяване и поведенчески намерения. Анализът очертава четири различни туристически профила, всеки от които се характеризира със специфични модели на оценка и поведение при пътуване: лоялни туристи в пенсионна възраст, скептици на средна възраст, по-млади умерени ентусиасти и млади туристи с висока степен на лоялност. Резултатите разкриват хетерогенността на пазара за вътрешен туризъм в България и осигуряват основа, базирана на данни, за повишаване на ефективността на управлението на туризма и на промоционните дейности.

Г7_6. **Varadzhakova, D.,** Naydenov, A., & Naumov, N. (2025). National Resorts in the Focus of Domestic Leisure Tourism: The case of Bulgaria. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, *34*(2), 444–455. https://doi.org/10.15421/11253701

Abstract: Tourism is an important industry for the Bulgarian economy and contributes directly to about 10% of the gross domestic product (GDP) of the country. Typically, the nights spent in accommodation establishments by Bulgarians are fewer than those by foreigners, but during the COVID-19 pandemic, the trend reversed. This indicates that domestic tourism has untapped potential. Because of this, the research focus of the article is domestic leisure tourism, specifically tourists who stay overnight in their country, excluding excursionists (same-day visitors). The methodology section describes the research algorithm and the methods used, as well as the limitations in obtaining data. A time series analysis was carried out using SARIMA models for the period from January 2012 to November 2023, and a forecast of the trend in the number of overnight stays by Bulgarian citizens in seaside and mountain resorts is presented. This period also includes the COVID-19 pandemic as a force majeure crisis. The object of the study is the national seaside (7 resorts) and mountain (2 resorts) resorts of Bulgaria. A characterization of their geographical location is provided, and their main physical-geographical and economic characteristics, which determine their attractiveness to tourists, are described. A conceptual model is proposed for studying the influence of key macroeconomic factors on the number of overnight stays by Bulgarian citizens in national seaside and mountain resorts. A comparative analysis of pricing and length of stay per tourist in the two types of national resorts was conducted. The results show that fewer Bulgarian citizens stay in seaside national resorts compared to foreigners, while the opposite is true for mountain resorts. Prices per night at seaside resorts are higher compared to mountain resorts, and the length of stay per person is longer. In conclusion, some recommendations are made for the strategic development of domestic leisure tourism.

Резюме: Туризмът е важен отрасъл за българската икономика и допринася пряко за формирането на около 10% от брутния вътрешен продукт (БВП) на страната. Обикновено броят на нощувките, реализирани от българи в местата за настаняване, е по-малък от този на чужденците, но по време на пандемията от COVID-19 тази тенденция се обърна. Това показва, че вътрешният туризъм притежава неизползван потенциал. Поради това фокусът на изследването в статията е вътрешният ваканционен туризъм, и по-конкретно туристите, които нощуват в страната, като се

изключват еднодневните посетители (екскурзианти). В методологията са описани изследователският алгоритъм и използваните методи, както и ограниченията при събирането на данни. Извършен е анализ на времеви редове чрез модела SARIMA за периода от януари 2012 г. до ноември 2023 г. и е представена прогноза за тенденцията в броя на нощувките на български граждани в морските и планинските курорти. Този период обхваща и пандемията от COVID-19 като кризисна ситуация от типа „непреодолима сила“. Обект на изследването са националните морски (7 бр.) и планински (2 бр.) курорти на България. Представено е тяхното географско положение и са описани основните им физикогеографски и икономически характеристики, определящи привлекателността им за туристите. Предложен е концептуален модел за изследване на влиянието на ключови макроикономически фактори върху броя на нощувките на български граждани в националните морски и планински курорти. Проведен е сравнителен анализ на цените и продължителността на престоя на един турист в двата типа национални курорти. Резултатите показват, че по-малък брой български граждани отсядат в националните морски курорти в сравнение с чужденците, докато при планинските курорти ситуацията е обратната. Цените за нощувка в морските курорти са по-високи в сравнение с тези в планинските, а продължителността на престоя на човек е по-голяма. В заключение са направени препоръки за стратегическото развитие на вътрешния ваканционен туризъм.

Г7_7. **Varadzhakova, D.,** Raykova, M. (2026) Domestic tourism and sustainable development: A bibliometric analysis, Collection of articles presented at the International scientific conference, November 24th 2025, Economic development and policies: Realities and prospects. Sustainability in the conditions of global transformations, ERI at BAS, Sofia, pp. 185-192, ISBN 978-954-9313-35-2 (pdf) https://www.iki.bas.bg/files/sbornik_2026_1.pdf

Abstract: The main goal of the present paper is to realize a bibliometric analysis of research about sustainable development of domestic tourism published in one of the leading scientific databases – Scopus. For the graphical representation of the results is used VOSviewer software. The selected papers for analysis are based on preselected keywords and content analysis. They are published between 1999 and 2025 with a clear peak between 2020 and 2025. Most of them are articles. The largest number of publications in the field of sustainable development of domestic tourism are observed in the journal Sustainability (Switzerland). The number of conference papers presenting results on the topic is significantly smaller. The analyzed topic is discussed mainly in the context of Social Sciences. The papers are authored by researchers from 50 countries. Scientists from Indonesia and China are mainly working on the topic.

*Резюме: Основната цел на статията е да се извърши библиометричен анализ на изследванията, посветени на устойчивото развитие на вътрешния туризъм, публикувани в една от водещите научни бази данни – Scopus. За графичното представяне на резултатите е използван софтуерът VOSviewer. Публикациите, подбрани за анализ, са определени въз основа на предварително зададени ключови думи и контент анализ. Те са публикувани в периода 1999–2025 г., като се наблюдава отчетлив пик между 2020 и 2025 г. По-голямата част от тях представляват научни статии. Най-голям брой публикации в областта на устойчивото развитие на вътрешния туризъм се наблюдават в списанието *Sustainability* (Швейцария). Броят на докладите от конференции, представящи резултати по темата, е значително по-малък. Анализираната проблематика се разглежда предимно в контекста на социалните науки. Автори на публикациите са изследователи от 50 държави, като по темата работят главно учени от Индонезия и Китай.*

Г7_8. **Varadzhakova, D.,** A. Naydenov (2025) Conceptual Framework for Overcoming Negative Attitudes Towards Domestic Leisure Tourism, *Socio-Economic Analyses*, 2025/Vol. 17/Issue 2. Article 6, pp. 200-210, https://doi.org/10.54664/CRIV1109%20

Abstract: Domestic tourism is sustainable alternative to international travel and reduces the dependence of the emitting markets. Its significance determines the importance of studying the negative attitudes towards it among the local population. Because of this the main goal of the present paper is to develop a conceptual framework for overcoming these negatives, which can be used by both businesses and local and national authorities.

Резюме: Вътрешният туризъм представлява устойчива алтернатива на международните пътувания и намалява зависимостта от генериращите пазари. Това определя важността на изследването на негативните нагласи към него сред местното население. Поради това основната цел на настоящата разработка е да се създаде концептуална рамка за преодоляване на тези негативни нагласи, която да може да бъде използвана както от бизнеса, така и от местните и националните управленски органи.

Г7_9. Raykova, M., **D. Varadzhakova**, A. Naydenov (2024) Public attitude towards domestic winter leisure tourism: the case study of North Central region in Bulgaria, Юбилеен сборник "40 години катедра "География" във Великотърновския университет "Св. св. Кирил и Методий", Отг. ред: проф. д. н. Атанас Дерменджиев. изд. "ИТИ". стр. 92-97. ISBN:978-619-7602-75-3

Abstract: Winter leisure tourism is one of the most common forms of domestic tourism practiced by the Bulgarian population. The purpose of this paper is to analyse the public attitude towards domestic winter leisure tourism in North Central region in Bulgaria. The data used is from a national representative survey based on a two-staged random sample stratified by the Bulgarian districts. The results show the number of North Central residents who travel in Bulgaria for the purposes of domestic winter leisure tourism and the main reasons for that. Different indicators were used to enlighten the specifics of the obtained results.

Резюме: Зимният ваканционен туризъм е една от най-разпространените форми на вътрешен туризъм сред българското население. Целта на изследването е да анализира обществените нагласи към вътрешния зимен ваканционен туризъм сред жителите на Северен централен район на България. Използваните данни са от национално представително проучване, базирано на двустепенна случайна извадка, стратифицирана по области в България. Резултатите показват нагласите на жителите на Северен централен район, които пътуват в страната с цел зимен ваканционен туризъм, както и основните причини за практикуването на този вид туризъм. За изясняване на спецификата на получените резултати са използвани различни показатели.

Г7_10. Varadzhakova, D., A. Naydenov (2024) Competitiveness of the Bulgarian Domestic Leisure Winter Tourism Market - Situational Analysis in Proceedings of 4th international scientific research congress, Bursa, 16-17 November 2024 (eds. M. Girgen, V. Karapetkovska-Hristova), IKSAD Publishing House, Ankara Turkiye, pp. 1016-1024 ISBN: 978-625-367-947-7
https://www.isarconference.org/_files/ugd/6dc816_a674f2d49d414eb8934f44e1a77fe20e.pdf

Abstract: Every year, the national economy loses significant income from the practice of outgoing winter leisure tourism by some of the Bulgarian citizens. The present paper aims to explore the genesis of this phenomenon, based on a nationally representative survey, realized by tablet assisted personal interview (TAPI), conducted in the period April - May 2023, among

1003 Bulgarian citizens under "Modeling and research of public attitudes of Bulgarian citizens regarding the image of domestic leisure tourism – situational analysis and conceptual framework for overcoming the negatives" project, funded by the Bulgarian National Science Fund. The results show that the main preferred destinations for winter leisure tourism outside the country are Austria, Germany and Italy. The main task of the paper is to make a situational analysis of these three competitive markets by investigating: first, what specifically tourists like about them - for example, better service in accommodation establishments, quality of infrastructure /ski slopes, lifts, etc./, service time, more favourable climatic conditions /long snow cover time, sunshine time, etc./ and secondly, what tourists are dissatisfied with when visiting the winter resorts in Bulgaria. Statistical methods are used, also descriptive and comparative analysis. A detailed analysis of the answers is made depending on the demographic characteristics of the respondents by gender, age, place of residence, education. In conclusion, the main reasons for the negative attitudes towards domestic leisure tourism are presented, which can be used in creating strategies for the development of this type of tourism at the national and regional level, as well as in a microeconomic aspect, namely towards those employed in the hotel industry, owners of mountain tourist complexes, with the aim of improving the service and directing the investments of the companies to the construction of new infrastructural solutions sought by tourists.

Резюме: Всяка година националната икономика губи значителни приходи поради практикуването на изходящ зимен ваканционен туризъм от част от българските граждани. Публикацията има за цел да проучи генезиса на това явление въз основа на национално представително проучване, осъществено чрез лични интервюта с помощта на таблет в периода април – май 2023 г. сред 1003 български граждани. Проучването е част от проекта „Моделиране и изследване на обществените нагласи на българските граждани относно имиджа на вътрешния ваканционен туризъм – ситуационен анализ и концептуална рамка за преодоляване на негативите", финансиран от Фонд „Научни изследвания". Резултатите показват, че основните предпочитани дестинации за зимен туризъм извън страната са Австрия, Германия и Италия. Основната задача на статията е да направи ситуационен анализ на тези три конкурентни пазара, като изследва: първо, какво конкретно привлича туристите в тях – например по-добро обслужване в местата за настаняване, качество на инфраструктурата (ски писти, лифтове и др.), бързина на обслужване, по-благоприятни климатични условия (продължителност на задържане на снежната покривка, брой слънчеви дни и др.); и второ, от какво са недоволни туристите при посещението на зимните курорти в България. Използвани са статистически методи, както и описателен и сравнителен анализ. Направен е детайлен анализ на отговорите в зависимост от демографските характеристики на респондентите: пол, възраст, местоживеене и образование. В заключение са представени основните причини за негативните нагласи към вътрешния ваканционен туризъм. Тези данни могат да бъдат използвани при разработването на стратегии за развитие на този вид туризъм на национално и регионално равнище, както и в микроикономически аспект – по отношение на заетите в хотелиерството и собствениците на планински туристически комплекси – с цел подобряване на обслужването и насочване на инвестициите на компаниите към изграждане на нови инфраструктурни решения.

Г7_11. Varadzhakova, D., A. Naydenov, M. Raykova, A. Ravnachka (2024) Main trends in the attitudes towards domestic travel of the residents of the Montana district (Bulgaria), *Сборник от доклади от Научно-практическа конференция на тема: „Трансфер на знания и перспективи за развитие на туристическия потенциал на регионите“ 11 септември 2024 г., Великотърновски университет*, изд. „Ай анд Би“, Велико Търново, стр. 77-84, ISBN: 978-619-7738-11-7

Abstract: The present paper examines part of the results of a nationally representative survey of the attitudes of Bulgarian citizens to travel within the country. The object of the study is the Montana district, which is part of the Northwest region according to NUTS-2, which has the least developed economy. An assessment was made of the prerequisites for tourist trips related to the labor force, employment and unemployment, as well as the average salary of those working in the district. The transport connectivity through land, air and water transport of the district with the domestic and international transport network was examined. An analysis of the preferences for winter and summer vacation tourism was made. Findings can serve to create competitive sustainable tourism products.

Резюме: Статията разглежда част от резултатите от национално представително проучване на нагласите на българските граждани към пътуванията в рамките на страната. Обект на изследването е област Монтана, която е част от Северозападния регион (по класификацията NUTS-2) – регионът с най-слабо развита икономика. Извършена е оценка на предпоставките за туристически пътувания, свързани с работната сила, заетостта и безработицата, както и със средната работна заплата на заетите в областта. Разгледана е транспортната свързаност на областта с вътрешната и международната транспортна мрежа чрез сухопътен, въздушен и воден транспорт. Направен е анализ на предпочитанията за зимен и летен ваканционен туризъм. Резултатите от проучването могат да послужат за създаването на конкурентоспособни продукти за устойчив туризъм.

Г7_12. Raykova, M., **D. Varadzhakova**, N. Ilieva, D. Poleganova (2023) Public attitude towards domestic summer leisure tourism: The case study of Southwest region in Bulgaria, *Proceedings of 8th International BILTEK Congress on Current Development in Science, Technologies and Social Sciences, Paris, France, 24-26.10.2023*, (Eds. Prof. Dr. Zeynep KARAÇOR, Prof. Dr. Burcu GÜVENEK, Prof. Dr. Süleyman KARAÇOR), ISPEC Publications – 2023, pp. 485-492, ISBN: 978-625-7720-96-0
https://67688aeb-2a80-4334-a799-cc4887006aa7.filesusr.com/ugd/614b1f_ac6bf647a4f84f26a669a20008039fbb.pdf

Abstract: Tourism is one of the most important sectors for the Bulgarian economy. Its GDP share varies between 10 and 13% in the years 2010-2019. Domestic travel surpasses outbound tourism in terms of travel expenditures of the Bulgarian citizens, reaching 89% during the COVID-19 health crisis. Traditionally, summer leisure tourism is the most common form of domestic tourism practiced by the Bulgarian population. The purpose of this paper is to analyse the public attitude towards the domestic leisure tourism in Southwest region of Bulgaria. It is the most populated region in Bulgaria and the capital city is located on its territory. The data used is from a national representative survey based on a two-staged random sample stratified by the Bulgarian districts. The methods used include: descriptive method, spatial analysis, building one- and two- dimensional frequency distributions, correlation examination, average values, etc. The indicators used in the paper are: travel practices, stay duration, tourist resources, advantages and disadvantages of the Bulgarian summer resorts, satisfaction degree.

The obtained results show a high number of Southwest region citizens who travel in Bulgaria for the purposes of domestic summer leisure tourism and the main reasons for that. In conclusion, recommendations are given for improving the quality of tourist resources in Bulgarian summer resorts in order to attract more domestic tourists. This paper may be useful to holiday tourism professionals, scientists, students, authorities, etc., in order to determine the preferences of Bulgarian citizens regarding summer leisure tourism.

Резюме: Туризмът е един от най-важните сектори за българската икономика. Делът му в БВП варира между 10 и 13% в периода 2010–2019 г. Вътрешните пътувания надвишават пътуванията в чужбина по отношение на разходите на българските граждани, като достигат 89% по време на здравната криза, предизвикана от COVID-19. Традиционно, летният ваканционен туризъм е най-разпространената форма на вътрешен туризъм сред българското население. Целта на статията е да анализира обществените нагласи към вътрешния ваканционен туризъм в Югозападния регион на България. Това е най-населеният регион в страната, на чиято територия се намира и столицата. Използваните данни са от национално представително проучване, базирано на двустепенна случайна извадка, стратифицирана по области. Приложените методи включват: описателен метод, пространствен анализ, изграждане на едномерни и двумерни честотни разпределения, корелационен анализ, изчисляване на средни стойности и др. Използваните показатели в статията са: честота на практикуване на този вид туризъм, продължителност на престоя, туристически ресурси, предимства и недостатъци на българските летни курорти, степен на удовлетвореност. Получените резултати разкриват, че значителна част от жителите на Югозападния регион пътуват в страната с цел летен ваканционен туризъм, както и основните причини за това. В заключение са представени препоръки за подобряване на качеството на туристическите ресурси в българските летни курорти с цел привличане на повече вътрешни туристи. Настоящата разработка може да бъде полезна за професионалисти в сферата на туризма, учени, студенти, представители на държавната и местната власт и др., като им помогне да определят предпочитанията на българските граждани по отношение на летния ваканционен туризъм.

Г7_13. Вараджакова, Д., К. Гърциянова (2022) Оценка на вътрешнорегионалните различия в туризма в Северен централен регион, *Проблеми на географията* бр. 3-4, 2022, стр. 127-142, DOI: 10.35101/prg-2022.3-4.8

Резюме: Туризмът генерира значителен дял от брутния вътрешен продукт на България. Наличието на разнообразни антропогенни и природни туристически ресурси, гъвкавата туристическа политика и реклама са предпоставка за позиционирането на страната на международния туристически пазар и развиване на вътрешния туризъм. Независимо от туристическия потенциал в някои региони приходите от туризъм могат да бъдат увеличени. В настоящата статия са разгледани вътрешнорегионалните различия в развитието на туризма в Северен централен регион. Направен е сравнителен анализ по области на наличието на туристически ресурси, на транспортната достъпност като фактор за развитието на туризма и проучване на дейността на местата за настаняване – техния брой, капацитет, заетост, категория, посещения на български и чуждестранни граждани, приходи. Резултатите могат да бъдат полезни при изготвянето на стратегически документи за регионално развитие и преодоляване на последиците от пандемията и други кризи.

Abstract: Tourism generates a significant share of Bulgaria's Gross Domestic Product. The availability of diverse anthropogenic and natural tourism resources, combined with flexible tourism policies and promotional efforts, creates the conditions necessary for positioning the country on the international tourism market and fostering the development of domestic tourism. Despite the existing tourism potential, there is scope to increase tourism revenues in certain regions. This article examines intra-regional disparities in tourism development within the North Central Region. It presents a comparative analysis across the region's districts regarding the availability of tourism resources and transport accessibility - a key factor in tourism development - and investigates the operations of accommodation establishments, covering metrics such as number, capacity, occupancy rates, category, visitor numbers (Bulgarian and foreign), and revenue. The findings can support the creation of strategic documents for regional development and strategies to mitigate the impacts of the pandemic and other crises.

Г7_14. Varadzhakova, D. (2022). El impacto de la pandemia de COVID-19 en el turismo de la Península Balcánica. *Revista Internacional De Gestión Innovación Y Sostenibilidad Turística*, *2*(1), 20–28.
https://revistasespam.espam.edu.ec/index.php/rigistur/article/view/305/296

Abstract: Tourism is one of the economic sectors most affected by the COVID-19 pandemic globally. To assess the consequences caused by the confinement and restrictions on travel to tourist areas, it is necessary to carry out regional analyzes. The Balkan Peninsula is one of the three great peninsulas of southern Europe. The natural and anthropogenic tourist resources of the Peninsula have always been a requirement for the development of the area as an attractive tourist destination. Access to the Black Sea in the east, the Aegean Sea in the south, and the Adriatic and Ionian Seas in the west define the interest of tourists in sun and beach tourism. The mountains of the Balkan Peninsula such as Rila, Pirin, Rhodope, and the Balkan Mountains, which gave the name of the peninsula, are some of the famous international ski resorts. Several hiking trails have been developed in these areas and conditions are conducive to ecotourism. Therefore, the main objective of the article is to analyze the impact of the pandemic on tourism in countries that are entirely in this region of Europe. Official data on the main tourism indicators of the countries that are entirely in the territory of the Balkan Peninsula (Albania, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Greece, Kosovo, North Macedonia, Montenegro) are analyzed.

Резюме: Туризмът е един от най-силно засегнатите от пандемията от COVID-19 икономически сектори в световен мащаб. За да се оценят последиците от ограничителните мерки и забраните за пътуване до туристически райони, е необходимо да се извършат регионални анализи. Балканският полуостров е един от трите големи полуострова в Южна Европа. Природните и антропогенните туристически ресурси в него винаги са били предпоставка за развитието на региона като привлекателна туристическа дестинация. Излазът на Черно море на изток, на Егейско море на юг, както и на Адриатическо и Йонийско море на запад, обуславят интереса на туристите към морския ваканционен туризъм. Планините на Балканския полуостров, като Рила, Пирин, Родопите и Стара планина, са известни с международните си ски курорти. В тези райони са изградени множество туристически маршрути, а условията са благоприятни за развитието на екотуризъм. Поради това основната цел на статията е да анализира въздействието на пандемията върху туризма в държавите, разположени изцяло в този регион на Европа. Анализират се официални данни за основните туристически показатели на страните, чиято територия попада изцяло в границите на Балканския полуостров (Албания, Босна и Херцеговина, България, Гърция, Косово, Северна Македония, Черна гора).

Г7_15. Varadzhakova, D., Mancheva-Ali, O., The Challenges of the Pandemic to the Tourist Industry Economic Security (Case Study of Bulgaria), Collection of scientific articles presented at the Online International, Scientific-Practical Conference "Economic Security in the Context of Sustainable Development" (December 11, 2020), ASEM, Chisinau, Moldova, 2021, ISBN 978-9975-155-01-4, p. 56-65

Abstract: One of the main prerequisites for the development of tourism is the peaceful, secure and safe environment in tourist destinations. However, political and military conflicts, natural disasters and epidemics have always been part of people's lives. The instability in different regions has repeatedly been the reason for long periods of outflow of tourists over the years and their redirection to alternative destinations with similar tourist resources. The purpose of this paper is to present the impact of the pandemic to the economic actors in terms of their economic security. To achieve this goal, an analysis of the employment and unemployment in the tourism industry and of the tourism business revenues, is made. Official statistical data is used.

Резюме: Една от основните предпоставки за развитието на туризма е наличието на спокойна и сигурна среда в туристическите дестинации. Въпреки това, политическите и военните конфликти, природните бедствия и епидемиите винаги са били част от живота на хората. През годините нестабилността в различни региони многократно е ставала причина за продължителни периоди на отлив на туристи и пренасочването им към алтернативни дестинации с подобни туристически ресурси. Целта на настоящия доклад е да представи въздействието на пандемията върху икономическите субекти от гледна точка на тяхната икономическа сигурност. За постигането на тази цел е извършен анализ на заетостта и безработицата в туристическия сектор, както и на приходите на туристическите предприятия, като са използвани официални статистически данни.

Г7_16. Varadzhakova, D., Raykova M. (2022) Impact of the COVID-19 Pandemic on the Travel Expenditure: The Case Study of Bulgaria, *Proceedings book International Korkut Ata Scientific Researches Conference Osmanije Korkut Ata University June 28-30, 2022, Osmanije, Turkey, Vol. II* (eds. Dr. Ahmet Kardaslar, Dr. Faruk Mike), by Institute of Economic Development and Social Researches Publications, ISBN 978-625-8323-69-6, https://368099b3-b687-41fe-9bad-d8ac744166a0.filesusr.com/ugd/614b1f_ed8fe896f5904265bb36c067a53a954f.pdf

Abstract: In 2020 and 2021, the entire world was engulfed by the Covid-19 pandemic. As a result, countries have imposed travel restrictions, and some governments have restricted the movement of citizens outside their places of residence and, for a short period, even leaving their homes. Many workers started working from home when the conditions of their business allowed it. Children began to study online, which increased their parents' commitment to them. The economies began to decline, and so did the incomes of the population. The purpose of this report is to examine how this situation affects the expenditure of the population on tourist travel. The object of the study are the travel expenditures of Bulgarian citizens. Through the use of analytical and statistical methods, an analysis of the different types of costs was made - for travel within the country, for travel abroad, travel with travel packages and business travel. Data from the National Statistical Institute of Bulgaria for a period of five years - from 2017 to 2021 were used. The findings show the impact of the pandemic on domestic tourism, the impact of digitalization on business travel and which destinations were most preferred as safe by the population.

Резюме: През 2020 и 2021 г. целият свят беше обхванат от пандемията от COVID-19. В резултат на това държавите въведоха ограничения за пътуване, а някои правителства ограничиха придвижването на гражданите извън населените места, в които живеят, като за кратък период от време дори забраниха напускането на домовете. Много служители преминаха към работа от вкъщи, когато естеството на дейността им го позволяваше. Децата започнаха да се обучават дистанционно, което увеличи ангажираността на родителите им към тях. Икономиките започнаха да се свиват, а заедно с това намаляха и доходите на населението. Целта на настоящия доклад е да се проучи как тази ситуация влияе върху разходите на населението за туристически пътувания. Обект на изследването са разходите за пътуване на българските граждани. Чрез прилагане на аналитични и статистически методи е извършен анализ на различните видове разходи – за пътувания в страната, за пътувания в чужбина, за пътувания чрез организирани туристически пакети и за служебни пътувания. Използвани са данни от Националния статистически институт на България за период от пет години – от 2017 до 2021 г. Резултатите от изследването разкриват въздействието на пандемията върху вътрешния туризъм, влиянието на дигитализацията върху служебните пътувания, както и кои дестинации са били възприемани от населението като най-безопасни и предпочитани.

Г7_17. Varadzhakova, D., A. Naydenov, N. Naumov, F. Rahmanov, E. Godjayeva, E. Suleymanov (2021) Travel intentions after COVID-19: A comparative assessment of tourist motivation and willingness to travel in Bulgaria and Azerbaijan, *Socio-Economic Analysis*, 1/2021 (19), St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Turnovo, pp. 37 – 48 https://doi.org/10.54664/QZFP3742 (ERIH PLUS)

Abstract: The research explores post-pandemic travel intentions, the availability of travel funds and accommodation preferences in Bulgaria and Azerbaijan – two countries with similar demographic and territorial characteristics but relatively different consumption patterns and tourist behaviour. In both countries, tourism forms a major part of the national economy and it has been hit by the ongoing COVID-19 pandemic. The findings reveal major differences between the responses received in these countries in terms of how respondents perceive the current phase of the pandemic, and of post-pandemic travel intentions. The study concludes that it will be difficult to implement a common strategy for a post-pandemic tourism recovery.

Резюме: Изследването разглежда намеренията за пътуване в периода след пандемията, наличието на средства за пътуване и предпочитанията относно настаняването в България и Азербайджан – две държави с подобни демографски и териториални характеристики, но със сравнително различни модели на потребление и туристическо поведение. И в двете страни туризмът е важна част от националната икономика и е засегнат от продължаващата пандемия от COVID-19. Резултатите разкриват съществени разлики в отговорите, получени в двете държави, по отношение на възприятията на респондентите за текущия етап на пандемията и намеренията им за пътуване след нейното приключване. Проучването достига до заключението, че би било трудно да се приложи обща стратегия за възстановяване на туризма в постпандемичния период.

Г7_18. Varadzhakova, D., Regional spatial disparities in Bulgarian tourism in pandemic context, *Proceedings of the 3rd International Conference Spatial Development of Territories (SDT 2020), Advances in Economics, Business and Management Research, volume 181*, Atlantis Press – part of Springer Nature, Русия, 2021 ISBN 978-94-6239-404-9, ISSN 2352-5428 https://dx.doi.org/10.2991/aebmr.k.210710.027 https://www.atlantis-press.com/proceedings/sdt-20/articles?q=varadzhakova

Abstract: Tourism is an important sector of the Bulgarian economy. Several intra-regional differences characterize tourism in Bulgaria. The physical-geographical specifics of the country determine these distinctions. The development of a pandemic and travel restrictions around the world are leading to the collapse of the tourism industry. The purpose of this article is to analyze the impact of the pandemic on Bulgarian tourism, taking into account their severity in various statistical regions of the country at the NUTS 2 level. To achieve this goal, a literature review and analysis of the main characteristics of Bulgarian tourism are carried out. Analyzes the official statistics of tourism in the country before and during the pandemic by region. There is also a qualitative and quantitative assessment of these accommodation institutions, arrival (foreigners) in housing, arrival of Bulgarians in housing, income from nights spent. The increase in the number of infected in the country in early autumn leads to restrictive measures and unpredictable consequences for the upcoming winter tourist season. The first year of the coronavirus has been found to severely damage tourism and consumer perceptions of safe travel. Conclusions were formulated on the socio-economic consequences of the spread of the coronavirus pandemic for the regional markets of Bulgaria.

Резюме: Туризмът е важен сектор от българската икономика. Характеризира се с редица вътрешнорегионални различия, обусловени от физикогеографските особености на страната. Разрастването на пандемията и въведените ограничения за пътуване по света водят до срив в туристическата индустрия. Целта на настоящата статия е да анализира въздействието на пандемията върху българския туризъм, като отчете мащаба на това влияние в различните статистически райони на страната (на ниво NUTS 2). За постигане на тази цел са извършени преглед на литературата и анализ на основните характеристики на туризма в България. Разгледани са официалните статистически данни за туризма в страната по региони – както преди, така и по време на пандемията. Направена е качествена и количествена оценка на показатели като брой места за настаняване, пристигащи чуждестранни и български туристи, както и приходи от реализирани нощувки. Увеличаването на броя на заразените в страната в началото на есента води до въвеждане на ограничителни мерки и създава непредсказуеми последици за предстоящия зимен туристически сезон. Установено е, че първата година от разпространението на коронавируса е нанесла сериозни щети на туризма и е повлияла негативно върху нагласите на потребителите относно безопасността на пътуванията. Формулирани са изводи относно социално-икономическите последици от пандемията за регионалните туристически пазари в България.

Г7_19. Наумов, Н., **Д. Вараджакова**, Култура и туризъм по време на пандемия: Предизвикателства и перспективи пред културно-историческия туризъм, *Сборник доклади от Четиринадесети Черноморски туристически форум „Рестарт на туризма – нова надежда“, 23-24 април 2021*, изд. Фил, Варна, 2021, стр. 77-87, ISBN 978-954-9741-45-2 https://www.blackseatourismforum.com/images/BSFsbornik2021Web.pdf

Резюме: От началото на 2020 г. пандемията от коронавирус с бързи темпове обхваща почти всяка една страна в света, като засяга икономическите, социалните, политическите и културните дейности. В период на множество забрани, свързани с придвижването на хора и провеждането на организирани пътувания и ограничения при провеждането на културни събития и мероприятия, туристическите пътувания с цел културен и културно-исторически туризъм са временно преустановени. И макар и пандемията от коронавирус да се разглежда като негативно явление от икономическа и социална гледна точка, липсата на туристи създава предпоставка за една цялостна оценка на състоянието и перспективите пред туризма и най-вече неговото влияние върху културната среда, местното население, бит и култура. В последните десетилетия модернизацията и повишаването на броя на нискобюджетните превозвачи, навлизането на нови технологии в обслужването, широката и достъпна информация чрез социалните мрежи и сайтове за пътувания, създадоха предпоставка за появяването на „свръхтуризма“ и най-вече на огромния туристически поток, концентриран върху дадена дестинация или туристическа атракция. Това създава особени проблеми за градовете със световноизвестни културно-исторически забележителности, превръщайки ги в дестинации за масов туризъм. Културният туризъм постепенно се превърна в (не)организирано пътуване от масов характер, а културно-познавателният елемент бива заменен от рекреационни мотиви. Настоящият доклад има за цел да предостави кратък анализ на културно-историческия туризъм в условията на пандемия, както и да очертае една нова рамка за т.нар. ново начало след затихването на вируса. Основният аргумент е, че културно-историческият туризъм има нужда от цялостен рестарт и нов подход, насочен към опазването на културната среда и ресурси, както и цялостна промяна на туристическото поведение.

Abstract: Since the beginning of 2020, the coronavirus pandemic has rapidly spread across almost every country in the world, impacting economic, social, political, and cultural activities. Amidst numerous bans on the movement of people and organized travel, as well as restrictions on cultural events, tourism focused on culture and cultural heritage has been temporarily suspended. Although the coronavirus pandemic is viewed negatively from economic and social perspectives, the absence of tourists offers an opportunity to comprehensively assess the state and future prospects of tourism - particularly its impact on the cultural environment, local populations, and their way of life. In recent decades, modernization, the rise of low-cost carriers, the integration of new technologies into service delivery, and the widespread availability of information via social media and travel websites have paved the way for "overtourism" - specifically, the massive flow of tourists concentrated on particular destinations or attractions. This creates significant challenges for cities boasting world-renowned cultural and historical landmarks, effectively transforming them into mass tourism destinations. Cultural tourism has gradually evolved into a form of mass travel - whether

organized or independent - where the educational and cultural aspects are increasingly overshadowed by recreational motives. This paper aims to provide a brief analysis of cultural-historical tourism amidst the pandemic and to outline a new framework for a "fresh start" once the virus subsides. The central argument is that cultural and historical tourism requires a comprehensive restart and a new approach focused on preserving the cultural environment and resources, as well as a fundamental shift in tourist behavior.

Г7_20. Varadzhakova, D. (2020) Tourism Development Comparative Analysis of the provinces in the North-West Region (Bulgaria): Intra-regional disparities, *Социално-икономически анализи, том 12 (1*), УИ „Св. св. Кирил и Методий“, В. Търново, 2020, стр. 28-38, ISSN 1313-6909 https://doi.org/10.54664/BTHZ9026 (ERIH +)

Abstract: The North-West region of Bulgaria is the one with the lowest economic activity and employment rates in the country. The main objective of the report is to examine the state of tourism in the different provinces of the region and to analyze the potential for diversification of the region's economy through tourism development.

Резюме: Северозападният регион на България е с най-ниски нива на икономическа активност и заетост в страната. Основната цел на доклада е да се разгледа състоянието на туризма в отделните области на региона и да се анализира потенциалът за диверсификация на регионалната икономика чрез развитие на туризма.

Г7_21. Varadzhakova, D., A. Felix Mendoza, Socio-economic effects of the COVID-19 pandemic on the competitiveness of the tourism industry (the cases of Bulgaria and Ecuador), *Proceedings of XXII International Scientific Conference "Competitiveness and Innovation in the Knowledge Economy" 25-26 September 2020,* Academy of Economic Studies of Moldova, Chisinau, E-ISBN 978-9975-75-985-4, pp. 264-273 https://ase.md/wp-content/uploads/2021/04/Conference_Proceedings_Articles-25-26-SEPTEMBER-2020.pdf

Abstract. The Covid-19 pandemic has posed unprecedented challenges to the tourism industry around the world. Countries where the tourism industry is highly important to their economies suffer huge financial losses and many businesses were closed during and after the lockdown. This fact makes the topic of the pandemic's impact on tourism and the countries' economies extremely actual. Tourism in Bulgaria has a significant share in the gross domestic product of the country /about 12%/. In Ecuador, accommodation and food services are between the 7 economic industries with the highest contribution to national employment. Although their geographical and economic profiles are very different, the crisis in the tourism industry raises many common questions about its social and economic importance for both countries. Both Ecuador and Bulgaria have competitive advantages in the field of tourism. To maintain them and to assure the optimal positions of both countries on the world tourism market in the conditions of a pandemic is extremely important. Therefore, the purpose of this report is to discuss the socio-economic effects of the COVID-19pandemic on the competitiveness of the tourism industry. The goal achievement is realized by using a descriptive method, analysis of the health situation in both countries, analysis of the tourism industry indexes, the changes and challenges of the new reality in tourism, etc. On the basis of the officially published statistical data in Bulgaria and Ecuador, conclusions have been made about their efficiency and the tourism competitiveness of both countries.

Резюме: Пандемията от COVID-19 постави пред безпрецедентни предизвикателства туристическата индустрия в световен мащаб. Държавите, за чиито икономики туризмът е от голямо значение, понасят огромни финансови загуби, а множество предприятия преустановиха дейността си по време на и след периода на ограничителни мерки (локдаун). Този факт прави темата за въздействието на пандемията върху туризма и националните икономики изключително актуална. Туризмът заема значителен дял в брутния вътрешен продукт на България (около 12%). В Еквадор секторът на хотелиерството и ресторантьорството е сред седемте икономически отрасли с най-голям принос към заетостта на национално ниво. Въпреки съществените различия в географския и икономическия им профил, кризата в туристическата индустрия повдига редица общи въпроси относно социалното и икономическото значение на сектора и за двете държави. Както Еквадор, така и България притежават конкурентни предимства в сферата на туризма. От изключителна важност е тези предимства да бъдат съхранени, а позициите на двете страни на световния туристически пазар оптимално защитени в условията на пандемия. В тази връзка, настоящият доклад има за цел да разгледа социално-икономическите последици от пандемията от COVID-19 върху конкурентоспособността на туристическата индустрия. Постигането на тази цел се осъществява чрез прилагане на описателен метод, анализ на здравната обстановка в двете страни, анализ на показателите за развитие на туризма, както и на промените и предизвикателствата, породени от новата реалност в сектора. Въз основа на официално публикувани статистически данни за България и Еквадор са направени изводи относно ефективността и конкурентоспособността на двете държави в областта на туризма.

Г7_22. Вараджакова, Д., Манчева-Али, О., Въздействие на цифровата икономика върху териториалното разпределение и функционалната трансформация на туристическите фирми, Сборник с научни изследвания от годишна конференция на Стопанския факултет на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, проведена на 15-16.10.2020 г. „Развитие на българската и европейската икономика – предизвикателства и възможности“, том 4, Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“, В. Търново, 2020, стр. 146-153, ISSN 2603-4093

Abstract: The digital technologies penetration in the modern economy has a significant impact on the tourism business. The main purpose of the present paper is to analyze the territorial distribution of tourism companies in Bulgaria (tour operators and travel agents) and to consider the impact of digitalization on it. The current digital technologies, which are used by the companies in the tourist business and their influence on the functionality of their activity are also an object of research.

Резюме: Навлизането на цифровите технологии в съвременната икономика оказва значително въздействие върху туристическия бизнес. Основната цел на настоящата разработка е да се анализира териториалното разпределение на туристическите фирми в България (туроператори и туристически агенти) и да се разгледа влиянието на цифровизацията върху него. Обект на изследване са също така съвременните цифрови технологии, използвани от компаниите в туристическия сектор, както и тяхното въздействие върху функционирането на дейността им.

Г7_23. Varadzhakova, D., Positioning of the Bulgarian tourism on the international tourism market, Proceedings of International Virtual Scientific-Practical Conference Priority Directions of International Economic Relations in the XXI Century, May 22 2020, Baku, Azerbaijan, 2020, стр. 223-227, ISBN 978-9952-28-532-1

Abstract: Tourism industry is a leading sector of the Bulgarian economy. Because of this, the main goal of the present paper is to analyze the place of Bulgaria as tourism destination on the international tourism market. The report discusses the main incoming flows and the specialized infrastructure and superstructure of tourism in the country, the most attractive tourism resources. The analysis covers the period before the COVID-19 pandemic that will change the world tourism, definitely.

Резюме: Туристическата индустрия е водещ сектор на българската икономика. Поради това основната цел на публикацията е да се анализира мястото на България като туристическа дестинация на международния туристически пазар. В доклада се разглеждат основните входящи потоци, специализираната туристическа инфраструктура и суперструктура в страната, както и най-атрактивните туристически ресурси. Анализът обхваща периода преди пандемията от COVID-19, която несъмнено ще промени световния туризъм.

Г7_24. Манчева-Али, О., Н. Костадинова, Д. Вараджакова, Отражение на глобалната пандемия от COVID-19 върху културния туризъм във Велико Търново, България, Сборник доклади от международна научна конференция организиране от катедра „Туризъм“ на Стопанския факултет на Великотърновския университет „Св. с. Кирил и Методий“, 21 април 2021, Издателство „Ай анд Би“, Велико Търново, 2021, стр. 743-752, ISBN: 978-619-7281-73-6

Abstract: The theme in the current paper concerns cultural tourism and its influence over the tourist sector in the town of Veliko Tarnovo. It is one of the largest and fast progressing world tourist markets and the data shows that four out of ten tourists choose a destination because of its cultural heritage. The significance of cultural tourism and the economic advantages of its development and popularization are a part of the National Strategy for Resilient Development of the Tourism Sector 2014-2030. In Bulgaria there is rich resource for development of cultural tourism and as well is a popular destination among world tourists. The COVID-19 pandemic inevitably affected the development of all types of tourism, but opened a niche for the promotion of Bulgaria's cultural treasures among local tourists. According to the National Register of Immovable Cultural Values (cultural monuments) in Bulgaria, in the region of Veliko Tarnovo there is the largest concentration of objects with national significance. This is a very good prerequisite for the region to be presented both on national and world level.

Резюме: Публикацията разглежда темата за културния туризъм и неговото влияние върху туристическия сектор в град Велико Търново. Културният туризъм е един от най-големите и бързо развиващи се сегменти на световния туристически пазар, като данните показват, че четирима от всеки десет туристи избират дестинация именно заради нейното културно наследство. Значението на културния туризъм, както и икономическите ползи от неговото развитие и популяризиране, са залегнали в Националната стратегия за устойчиво развитие на туристическия сектор (2014–

2030 г.). България разполага с богат ресурс за развитие на културния туризъм и е популярна дестинация сред туристите от цял свят. Пандемията от COVID-19 неизбежно повлия развитието на всички видове туризъм, но същевременно създаде възможност за популяризиране на културните богатства на страната сред местните туристи. Според Националния публичен регистър на недвижимите културни ценности (паметници на културата), регионът на Велико Търново се отличава с най-голяма концентрация на обекти от национално значение. Това представлява отлична предпоставка за представяне на региона както на национално, така и на световно равнище.

Г7_25. Пенкова, Д., Анализ на геотуризма в България, Сб. доклади от научно-практическа конференция „Развитие на българската икономика – предизвикателства и възможности“, изд. „Ай анд Би“, Велико Търново, 2015, ISBN 978-954-9689-99-0

Abstract: The main goal of the present report is to analyze the geotourism in Bulgaria, on the basis of the theoretical formulation and to make general guidelines for its development in the country. The basic points to elaborate a strategy for development of geotourism are defined as well as its characteristics and main principles. Based on the best world practices conclusions are made.

Резюме: Основната цел на доклада е да се анализира геотуризмът в България въз основа на теоретичните постановки и да се формулират насоки за неговото развитие в страната. Дефинирани са основните аспекти при разработването на стратегия за развитие на геотуризма, както и неговите характеристики и водещи принципи. Направени са изводи въз основа на най-добрите световни практики.

ПОКАЗАТЕЛ Г.8. Публикувана студия или глава от колективна монография

Г8_1. Páthy, Á., D. Poleganova, B. Kazakov, N. Ilieva, **D. Varadzhakova**, M. Raykova, A. Ravnachka, T. Hardi, M. Hajdú-Smahó, B. Horváthné Barsi (2026) Divergent Urban Trajectories in Central and Eastern Europe: A Complex Typology of Small Towns in Bulgaria and Hungary, *Problems of Geography*, 1-2, Bulgarian Academy of Sciences, Sofia DOI: 10.7546/PG.1-2.2026.01 pp. 1-27 (ERIH PLUS)

Abstract: The current study aims to develop a comparative typology of small towns in Bulgaria and Hungary in order to explore the spatial differentiation of their demographic, urbanistic, and socio-economic trajectories. A set of 21 indicators divided into 5 groups (demographic, urbanistic, infrastructural, socioeconomic, and administrative-functional) was used for classification. As a result, six clusters are identified by applying the Partitioning Around Medoids (PAM) clustering procedure. After determining the number of towns included in every cluster, a brief analysis was provided describing their strengths and weaknesses according to the mentioned indicators. The typology reveals substantial internal differentiation within both national contexts. Bulgarian towns form five clusters, including a unique outlier dominated by tourism-driven dynamics, while Hungarian towns are represented in all six clusters, with one cluster comprising exclusively Hungarian settlements. The findings demonstrate that small towns in Bulgaria and Hungary constitute heterogeneous socio-spatial systems shaped by

demographic features, infrastructural disparities, and varying degrees of integration into regional networks.

Резюме: Изследването има за цел да разработи сравнителна типология на малките градове в България и Унгария, за да проучи пространствената диференциация на техните демографски, урбанистични и социално-икономически траектории. За целите на класификацията е използван набор от 21 показателя, разделени в 5 групи (демографски, урбанистични, инфраструктурни, социално-икономически и административно-функционални). В резултат на това са идентифицирани шест клъстера чрез прилагане на процедурата за клъстеризация. След определяне на броя на градовете във всеки клъстер е представен кратък анализ, описващ силните и слабите им страни въз основа на посочените показатели. Типологията разкрива съществена вътрешна диференциация и в двата национални контекста. Българските градове формират пет клъстера, включително един уникален, отличаващ се с динамика, движена от туризма, докато унгарските градове са представени във всичките шест клъстера, като един от тях обхваща изключително унгарски селища. Резултатите показват, че малките градове в България и Унгария представляват хетерогенни социално-пространствени системи, формирани от демографски характеристики, инфраструктурни различия и различна степен на интеграция в регионалните мрежи.

Г8_2. Hajdú-Smahó, M., T. Hardi, B. Horváthné Barsi, A. Páthy, N. Ilieva, D. **Varadzhakova, D.** Poleganova, B. Kazakov, M. Raykova, A. Ravnachka (2024) Comparative analysis of small towns in Bulgaria and Hungary – theoretical framework. *Problems of Geography*, бр. 3- 4/2024, BAN, Sofia, pp. 1-34. DOI: 10.7546/PG.3-4.2024.01 (ERIH PLUS)

Abstract: Definitions of small towns vary across European Union countries. Typically, the criteria for defining them as such are related to population size, density, and functions. Current paper aims to elaborate a theoretical framework for comparative analysis of small towns in Bulgaria and Hungary by presenting a critical review of theoretical debate on the definition and the nature of small towns in the European context; a thorough examination of the theoretical debate related to the concept and distinct features of small towns in Hungary; and a comprehensive analysis of the scholarly discourse that underpins the notions and unique characteristics of small towns in Bulgaria.

Абстракт: Дефинициите за малки градове са различни в отделните страни от Европейския съюз, в които обикновено се прилагат морфологичният и функционалният подход с използване на определени критерии – единият се основава на броя на населението, а другият – на мястото на тези селища в градската йерархия според функциите им. Често тези два подхода се прилагат заедно, въпреки че повечето учени са на мнение, че малките градове се описват най-добре във функционален смисъл. Изследователският проект (TOWN), изпълнен по програмата ESPON на Европейския съюз, препоръчва прилагането на интегриран подход, съчетаващ морфологични и функционални критерии, за по-добро описание и концептуална яснота при разграничаването на малки и средни градове. Настоящото изследване има за цел да разработи теоретична рамка за сравнителен анализ на малките градове в България и Унгария, като представи критичен преглед на теоретичния дебат относно дефиницията и същността на малките градове в европейски контекст; задълбочено

разглеждане на теоретичния дебат, свързан с концепцията и отличителните характеристики на малките градове в Унгария; и цялостен анализ на научния дискурс, който е в основата на представите и специфичните характеристики на малките градове в България. Понастоящем малките градове в Унгария се определят въз основа на демографски, административни и функционални критерии. Обикновено те обхващат население между 2000 и 30 000 души, имат статут на град и предлагат градски начин на живот, но имат само местно влияние. Днес те се борят с многобройни проблеми поради демографския спад, застаряването на населението и миграцията на младите хора към по-големите градски центрове. Голяма част от тях разчитат на културното и природното си наследство за устойчиво развитие и разгръщане на туристическия си потенциал. След 1990 г. интензивните процеси на обезлюдяване и пространствена демографска и икономическа поляризация в България променят обхвата, структурата и стабилността не само на селата, но и на градската мрежа, и разликите между големите и малките градове нарастват значително. Малките градове имат решаващо значение в периферните и селските региони и служат като микрорегионални центрове, като играят ключова роля в регионалното и градското развитие. Въпреки че малките градове са от съществено значение за постигане на устойчиво и балансирано пространствено развитие, те много рядко са обект на цялостно географско изследване в България.

Г8_3. **Varadzhakova, D**., Ravnachka, A., Naumov, N. (2022). Tourism and COVID-19: Socio-economic Impacts of COVID-19 on the Tourism Industry in Bulgaria. In: Brunn, S.D., Gilbreath, D. (eds) COVID-19 and a World of Ad Hoc Geographies. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-94350-9_102, ISBN: 9783030943493

Abstract: This chapter examines the socio-economic impacts of the COVID-19 pandemic on Bulgaria's tourism and hospitality industries. Drawing on national statistics and sector-specific data, it outlines the rapid spread of the virus in early 2020, the subsequent state of emergency, and the restrictive measures that led to the suspension of all leisure and tourism activities. The analysis highlights severe declines across accommodation, air transport, tour operations, restaurants, and related services, with international arrivals dropping by up to 89% and hotel occupancy rates falling to historic lows. While domestic tourism partially compensated for the collapse of inbound travel during the summer season, overall sector performance remained dramatically below pre-pandemic levels. The chapter also reviews national and EU-level socioeconomic measures - including wage-subsidy schemes, SME support instruments, tax reductions, and targeted aid for tour operators and airports - implemented to mitigate the crisis. Despite these interventions, the authors conclude that the long-term recovery of Bulgarian tourism remains uncertain, dependent on epidemiological trends, vaccination progress, and broader economic stability.

Резюме: Тази глава разглежда социално-икономическото въздействие на пандемията от COVID-19 върху туризма и хотелиерството в България. Въз основа на национална статистика и специфични за сектора данни, тя описва бързото разпространение на вируса в началото на 2020 г., последвалото извънредно положение и ограничителните мерки, довели до преустановяване на всички дейности, свързани с отдиха и туризма. Анализът подчертава драстичния спад в сферата на настаняването, въздушния

транспорт, туроператорската дейност, ресторантьорството и свързаните с тях услуги, като броят на чуждестранните посещения намалява с до 89%, а заетостта на хотелската база достига исторически ниски нива. Макар вътрешният туризъм частично да компенсира срива на входящия туристопоток през летния сезон, общите резултати на сектора остават значително под нивата отпреди пандемията. Главата разглежда и социално-икономическите мерки на национално ниво и на ниво ЕС, включително схеми за субсидиране на заплати, инструменти за подкрепа на малките и средните предприятия, данъчни облекчения и целева помощ за туроператори и летища, въведени с цел смекчаване на последиците от кризата. Въпреки тези мерки, авторите заключават, че дългосрочното възстановяване на българския туризъм остава несигурно и зависи от епидемиологичните тенденции, напредъка на ваксинацията и общата икономическа стабилност.

Г8_4. Desislava Varadzhakova, Nadezhda Kostadinova, Olga Mancheva-Ali (2021) The tourist experience of visitors of "Tsarevgrad Turnov – sound and light" in "Turismo & Hotelaria no context da experiencia", ed. A. Brambilla et al., Joao Pessoa& Editora df CCTA, 2021, Бразилия, pp. 41-76, ISBN: 978-65-5621-214-2 https://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/hotelaria/turismo-hotelaria-no-contexto-da-experiencia/livro-th-exp.pdf

Abstract: This chapter explores the tourist experience of visitors to the "Tsarevgrad Turnov – Sound and Light" show in Veliko Tarnovo, Bulgaria, through a qualitative content analysis of online reviews. Positioned within the broader context of experience-based tourism and the growing influence of digital technologies, the study examines how visitors perceive, interpret, and evaluate this iconic audio-visual attraction. Drawing on theoretical frameworks of tourist experience, experience realms, and eWOM communication, the authors analyse user-generated content to identify key experiential dimensions such as emotional impact, aesthetic appreciation, historical immersion, novelty, and personal relevance. The findings reveal that the show is widely regarded as a memorable and unique cultural experience, though reviews also highlight areas for improvement related to service quality, accessibility, and expectation management. By synthesizing visitor feedback, the chapter provides insights for enhancing the show's experiential value and demonstrates the importance of online reviews as a tool for understanding tourist perceptions and guiding attraction management.

Резюме: Тази глава разглежда преживяването на посетителите на спектакъла „Царевград Търнов – Звук и светлина" във Велико Търново, България, чрез качествен анализ на съдържанието на онлайн отзиви. Поставено в по-широкия контекст на туризма, основан на преживяванията, и нарастващото влияние на дигиталните технологии, изследването анализира как посетителите възприемат, тълкуват и оценяват тази емблематична аудио-визуална атракция. Опирайки се на теоретични рамки, свързани с туристическото преживяване, сферите на преживяване и електронната комуникация от типа „от уста на уста" (eWOM), авторите анализират генерираното от потребителите съдържание, за да идентифицират ключови измерения на преживяването, като емоционално въздействие, естетическа оценка, потопяване в историческата атмосфера, усещане за новост и лично значение. Резултатите показват, че спектакълът се възприема масово като незабравимо и уникално културно преживяване, макар отзивите да посочват и области за подобрение,

свързани с качеството на обслужването, достъпността и управлението на очакванията. Чрез синтезиране на обратната връзка от посетителите, главата предлага насоки за повишаване на стойността на преживяването и демонстрира значението на онлайн отзивите като инструмент за разбиране на възприятията на туристите и за насочване на управлението на атракцията.

Г8_5. Вараджакова, Д. (2019) „Културните столици в контекста на туризма“ в колективна монография „Устойчиво развитие и конкурентоспособност на регионите“, кн. 2, академично издателство „Талант“ на ВУАРР, Пловдив, pp. 22-50, ISSN: 2603-4824 https://science.uard.bg/index.php/sustdev/issue/archive

Abstract: This chapter examines the role of cultural capitals in the development of urban tourism, focusing on how cultural heritage, creative industries, and European cultural initiatives shape the attractiveness and competitiveness of cities. It outlines the growing importance of cultural tourism as an alternative to mass tourism, driven by tourists' increasing interest in authentic cultural experiences and the rich historical identity of urban destinations. The analysis highlights the significance of cultural and creative industries—such as architecture, performing arts, festivals, museums, and heritage sites—in forming the cultural profile of cities and stimulating regional development. Special attention is given to the European Union's flagship initiative European Capital of Culture, exploring its objectives, selection process, and impact on host cities. The chapter demonstrates that the title often leads to increased tourist flows, strengthened cultural identity, improved urban environments, and enhanced international visibility. Overall, the study emphasizes culture as a strategic resource for sustainable urban development and a key driver of tourism growth.

Резюме: Тази глава разглежда ролята на културните центрове в развитието на градския туризъм, като се фокусира върху това как културното наследство, творческите индустрии и европейските културни инициативи формират привлекателността и конкурентоспособността на градовете. В нея се очертава нарастващото значение на културния туризъм като алтернатива на масовия туризъм, обусловено от засиления интерес на туристите към автентични културни преживявания и богатата историческа идентичност на градските дестинации. Анализът подчертава значението на културните и творческите индустрии – като архитектура, сценични изкуства, фестивали, музеи и обекти на културното наследство – за изграждането на културния облик на градовете и стимулирането на регионалното развитие. Специално внимание е отделено на водещата инициатива на Европейския съюз „Европейска столица на културата“, като се разглеждат нейните цели, процесът на подбор и въздействието върху градовете домакини. Главата показва, че тази титла често води до увеличаване на туристическите потоци, укрепване на културната идентичност, подобряване на градската среда и повишаване на международната видимост. Като цяло, изследването изтъква културата като стратегически ресурс за устойчиво градско развитие и ключов двигател за растежа на туризма.

Г8_6. Varadzhakova, D., St. Genchev (2022) Main Characteristics of the Accommodation Facilities in Rural Areas: The Case Study of Bulgarian North-West Region, in *TOURISM AND RURAL SPACE, Volume 48, Issue 2*, eds. Georgia-Daniela Tacu Hârșan, Alina-Petronela Haller, Dănuț Ungureanu, Performantica, Iaşi - 2022 Romania pp. 223-247 (24th International Conference on Tourism and Rural Space in National and International Context – TARS held online on May 27, 2022 organ. Romanian Academy – Iași Branch "Gheorghe Zane" Institute for Economic and Social Research, Department of Economic Research). ISSN 2971-9151

Abstract: Tourism sector is very important for the Bulgarian economy. Before the pandemic of COVID-19 it generates between 10% and 12% of the country's GDP. The present paper discusses the specifics of the tourism business in the rural areas. For the purpose of the study the research object are the accommodation facilities in these areas. The North-West region of Bulgaria is chosen as a researched area because it is the least economically developed area in the country. There are 46 rural areas, evenly distributed in the five provinces of the region. The main types of accommodation, their characteristics, their territorial location compared to major urban centers and their relationship with the number of tourist attractions in the researched areas are identified. The main goal of the paper is to explore the potential for development of tourism in rural areas, based on a study of the accommodation facilities in the rural areas in the North-West region of Bulgaria. The research includes an analysis of the disparities between the different rural areas, the possible reasons for them, as well as the opportunities for tourism development. The conclusions that have been made can become the basis for the development of tourism products and regional strategies for the development of specialized and alternative types of tourism.

Резюме: Туристическият сектор е от голямо значение за българската икономика. Преди пандемията от COVID-19 той генерира между 10% и 12% от брутния вътрешен продукт (БВП) на страната. Настоящата разработка разглежда спецификите на туристическия бизнес в селските райони. Обект на изследването са местата за настаняване в тези райони. За териториален обхват на проучването е избран Северозападният регион на България, тъй като той е най-слабо икономически развитият регион в страната. В него са обособени 46 селски района, разпределени равномерно между петте области на региона. Идентифицирани са основните видове места за настаняване, техните характеристики, териториалното им разположение спрямо големите градски центрове, както и връзката им с броя на туристическите атракции в изследваните райони. Основната цел на разработката е да се проучи потенциалът за развитие на туризма в селските райони въз основа на анализ на местата за настаняване в селските райони на Северозападния регион на България. Изследването включва анализ на различията между отделните селски райони, възможните причини за тях, както и възможностите за развитие на туризма. Направените изводи могат да послужат като основа за разработването на туристически продукти и регионални стратегии за развитие на специализирани и алтернативни видове туризъм.