

РЕЗЮМЕТА
НА НАУЧНИТЕ ТРУДОВЕ НА ДОЦЕНТ Д-Р МИЛЕНА ФИЛИПОВА

№1 ЛИДЕРСТВОТО В ПРОМЕНЯЩИЯ СЕ СВЯТ

Монография, Унив. Изд. „Н. Рилски”, Благоевград, 2016г., 321 стр.

Монографичният труд насочен към изследване на лидерството, като способност на ръководителя да влияе върху поведението на хората за постигане на организационните цели без принудителни форми на въздействие. Разработката е построена на базата на проучването и анализирането на концепциите и методическите подходи, разработени в многобройни научни трудове на български и чужди автори. Също така са използвани резултатите получени от авторските изследвания по отношение на разглежданата проблематика, собствени анкетни проучвания, интервюта, наблюдение, фокус-групи на семинари и тренинги. Основната цел е да се изследва теоретически и практически проблема за лидерството и ролята на лидера в организацията, да се установят факторите, формиращи неговия имидж и на тази основа да се предложат насоки за развитие на лидерските компетенции. Обект на изследване в монографията е лидерството и лидера в организацията. Предмет на изследване е проявлението на лидерството и ролята на лидера в практиката на организацията.

В първа глава е изяснена природата на феномена лидерство, разгледани са основните лидерски подходи, лидерски модели и лидерски стилове, направен е сравнителен анализ на различните изследвания и модели на лидерството. Изследвани са и са установени виждания на българските мениджъри за възможностите за преодоляване на потребността от лидери в предприятията в България, за ролята на лидерството, за отношението към екипната дейност, за степента на самовъзприемане като лидери, разкрити са и са установени най - ефективните стилове на мениджърите в българските предприятия. Изведен е извода, че решаването на проблемите на лидерството е свързано с използването на ефективна методика, свързана с изграждането и развитието на лидерите в собствената компания в съответствие с концепцията на обучаващата се организация, чрез създаване на екипи от потенциални лидери в предприятието, като са посочени основните предимства на предлагания подход. Внимание е отделено на стратегическото лидерство в обучаващата се организация и на свръхлидерството. Лидерството е разгледано като източник на ефективност за организацията. Разкрита е връзката между свръхлидерските стилове, ефективните екипи и мотивацията в управлението.

Във втора глава е обоснована необходимостта и актуалността от разработването на концептуален модел, описващ структурата и компонентите на лидерските компетенции на ръководителя, помагач при определяне на посоката на практическа работа при неговото формиране в конкретна социална група и предлагащ възможности за развитие. Разработен е модел за развитие на лидерските компетенции на ръководителя. Вниманието е фокусирано върху неговите основни елементи - когнитивен елемент на лидера, компетентностно - поведенчески елемент на лидера, когнитивен елемент на последователите, поведенчески елемент на последователите, организационно- управленски и социално- психологически условия за проявление на лидерството. За целите на изследването са разгледани структурата, съдържанието и особеностите при формирането на лидерската Аз- концепция на организационния лидер. Отделено е място на основните елементи в нейната структура - „Аз“ образът, социалната ориентация и самооценката. На основата на различния жизнен опит на индивида от реализирането на стремеж към превъзходство или самоактуализиране са идентифицирани два вида лидерство: компенсаторно и екзистенциално. По отношение на тях са установени основните характеристики на лидера от компенсаторен и екзистенциален тип. Предложени са направления за работата при формирането на лидерската Аз- концепция на организационния лидер.

Изяснено е съдържанието на понятието лидерски качества на ръководителя. Направен е анализ на лидерските качества и на тази база е предложен модел на лидерските качества на организационния лидер. За целта в него са открити четири основни блока от качества: индивидуално – личностни; организационно – управленски; социално – психологически; перцептивни качества. Определени са нивата на систематизиране на анализирания лидерски качества. Изхождайки от факта, че в принципите на управление, от които се ръководи конкретният ръководител в професионалната дейност са концентрирани основните базови положения на неговия професионално - управленски мироглед са изследвани управленските принципи като компонент на професионално - управленския мироглед на лидера в организацията. За целта са анализирани съвременните управленски принципи, лежащи в основата на различните съвременни управленски концепции. На основата на направения анализ е представен обобщен модел на принципите на управление. Отделено е внимание на неговите три раздела: процесуално - административни принципи; психолого - педагогически принципи; организационни принципи на управление.

Трета глава акцентира върху имиджа на лидера като образ, формиран във възприятието на последователите. Определени са нивата на целите при формирането на имиджа. Идентифицирани са основните компоненти на имиджа на организационния лидер.

Отделено е внимание на харизмата като част от образа на лидера, като е отбелязано, че тя значително усилва властовия потенциал на лидера. Разгледани са трите главни измерения на харизмата и условията, при които тя съществува. На основата на анализа на становищата от научната литература са идентифицирани основните същностни особености и основните компоненти на харизмата на лидера. За целите на изследването са определени критериите за оценка на имиджа на организационния лидер и е направена оценка на имиджа на конкретни ръководители от практиката. На основата на получените резултати от оценката на имиджа са предложени стратегически подходи за формиране на имиджа на организационния лидер.

Предложени са насоки за развитие на лидерските компетенции на ръководителя, като вниманието е фокусирано върху две основни направления за пряка работа с тях. Първо, развитие на лидерски качества. Второ, формиране на лидерска Аз- концепция и професионално- управленски мироглед. Отбелязано е, че развитието на отделните лидерски качества без формирането на лидерската Аз- концепция е неефективно. В заключението е направен опит да се обобщи значението на лидерството и ролята на лидера за повишаване на ефективността на организацията. Направени са препоръки и изводи във връзка с възможностите за развитие на лидерските компетенции на ръководителя, оценката и проектирането на имиджа на лидера в организацията.

№2 ЛИДЕРСТВО И ЛИДЕРСКИ КОМПЕТЕНЦИИ В ТУРИЗМА,

Монография, Унив. Изд. „Н. Рилски”, Благоевград, 2015, 184 стр.

Монографичният труд акцентира върху значението на лидерството и лидерските компетенции за подобряване на ефективността на туристическо предприятие. С неговото разработване се прави опит за едно по- цялостно разглеждане и анализиране на проблема на организационното лидерство в контекста на управленската дейност на ръководителя. Основната му цел е да се изясни същността на организационно лидерство, да се определи съдържанието на лидерските компетенции на ръководителя в туризма и да се изследва тяхното въздействие за подобряване представянето на ръководителя в туристическото предприятие.

В първа глава е направено обобщаване и систематизиране на научните представи за феномена лидерство и еволюцията на теорията за лидерството. Разкрива се спецификата на лидерството като социално- психологическо явление от няколко аспекта. Вниманието е фокусирано върху факта, че процесът на формиране на лидерството и развитието на лидера като личност е обусловен не само от вътрешни личностни детерминанти, но и от външни социално - психологически фактори, определени като условия за развитие на неговата

личност. Лидерите от една страна се явяват продукт на обществото (социално-психологическата ситуация), а от друга страна сами въздействат на това общество (ситуация). Отделено е място и на съвременните направления за изследване на лидерството. В тази връзка са разгледани социално - когнитивния подход и ценностният подход при изследването на лидерството. Представени са по - значимите направления в развитието теорията за лидерството в рамките на социално - когнитивния подход и в контекста на проблемата за формирането на лидерските компетенции на ръководителя. Описани са показателите за ценностното лидерство в организацията.

Във втора глава се изяснява същността и специфика на организационното лидерство. Посочени са приликите и разликите между ръководството и лидерството, които на основата на направения анализ са обединени в три групи. Идентифицирани се двата взаимодопълващи се позиционни компонента на организационното лидерство. Представени са основните характеристики на съвременната социално - икономическа ситуация, в която работят лидерите на организациите. На тази основа са изведени основните направления за развитие на актуалните компетенции на организационния лидер. Във връзка с разгледаните характеристики на съвременната социално - икономическа ситуация са направени предложения за съдържанието на теорията на съвременното лидерство, като ясно са отразени особеностите на съвременната ситуация и изискванията към организационните лидери.

Трета глава е насочена към същността и ролята на лидерските компетенции в туризма. Отбелязани са основните елементи, от които се състои всяка лидерска компетенция: наименование, обща дефиниция и индикация как изглежда компетенцията на три различни нива: базово, добро и забележително. Направено е уточнението, че различните нива на всяка компетенция са предназначени да помогнат на лидерите и ръководителите в туристическото предприятие да правят разграничение между различните нива на представяне в работа. Идентифицирани са лидерските компетенции в туризма и на базата на клъстерния подход са систематизирани в три клъстера: разрастване на бизнеса, стремеж към успех и обща победа. Всеки от посочените клъстери включва от две до три лидерски компетенции. На тази база е разработен модел на лидерските компетенции в туризма. Чрез он-лайн анкетно проучване и интервю е направена оценка на представянето на конкретен мениджър в туристическо предприятие.

Резюмето на портфолиото от лидерски компетенции предоставя преглед на силните страни на изследвания ръководител и областите за подобряване. Получените резултати от направените оценки са илюстрирани за трите клъстера и за всяка лидерска компетенция от тях. На базата на анализа на получените резултати от изследването на лидерските

компетенции на конкретен мениджър в туристическо предприятие са направени изводи за компетенциите по отношение на които изследвания ръководител показва най - високи и най - ниски резултати. Предложени са възможности за развитие на лидерските компетенции в туризма. На основата на резултатите от анализа са представени препоръки за подобряване на работата на изследвания ръководител.

**№3 АСПЕКТИ НА КУЛТУРАТА В ТРАНСФОРМИРАЦИЯ СЕ СВЯТ,
Монография в съавторство, Унив. Изд.,„Н. Рилски”, Благоевград, 2015, (втора глава)**

Глава втора „Национални особености на корпоративната култура“ от колективната монография изучава особеностите на националната култура, които оказват значително влияние върху корпоративната култура в различните страни. В нея са изведени и систематизирани теоретичните виждания за културата като фундаментално и философско понятие, както и за корпоративната култура като конкретна област на проявление на културата. Представена е класификация на дефинициите за корпоративна култура. За нуждите на практическото изследване и разбиране на корпоративната култура е направена систематизацията на нейните елементи. Определени са четирите основни елемента, от които корпоративната култура бива подкрепена и трябва да притежава всяка организация в стремежа си да бъде успешна – стратегия, структура, служители и процеси.

Направена е характеристика и са разгледани особеностите на японската, американската и европейската корпоративна култура. На основата на направения анализ е изведен извода, че в основата на корпоративните култури на САЩ, Западна Европа и Япония стоят така наречените „хипернорми” – норми от висша класа, основани на общочовешките ценности. Отделено е място и на корпоративната култура в България. Представени са основните измерения, които определят характера на българската корпоративна култура. Вниманието е фокусирано върху обобщеното влияние на националната ни култура върху конкретни аспекти на бизнес поведението България. Разработката завършва със заключения относно характера на българската икономическа култура. На базата на направените обобщения е оформен извода, че се наблюдава една по- скоро песимистична картина на корпоративната култура на българските предприятия, която се характеризира с наличието на сравнително ниска предприемаческа активност, в т. ч. слабо желание за създаване на нов бизнес и значими трудности при развитие на съществуващ такъв. Фирменото обучение не се приема като подход, който може да доведе до положителни резултати. Ръководителите не създават благоприятен психологически климат, не поощряват творчество и новаторството.

Лидерството като инструмент за постигане на цели и резултати, както и като резултат на групово взаимодействие не е характерно за ръководителите на българските предприятия.

№4 CURRENT PROBLEMS OF COMPETITIVENESS IMPROVEMENT IN NATIONAL ECONOMIES AND ENTERPRISES

Монография в съавторство, Niš, Serbia, 2012, (осемнадесета тема)

Тема осемнадесета „Повишаване на конкурентните предимства на компанията чрез информационно осигуряване и подпомагане“ от колективната монография е посветена на изучаването на възможностите за повишаване на конкурентоспособността на предприятието чрез информационно осигуряване и подпомагане. В нея се акцентира върху информационната осигуреност на фирмите като най - важната предпоставка за вземане на целесъобразни управленски решения. Разгледани са по - важните предимства и недостатъци на Уеб като среда за провеждане на ефективни изследвания в сравнение с традиционните начини. Конкретизирани са характеристиките на извадката, които оказват влияние върху резултатите от Интернет базираните изследвания. За целите на изследването проучванията в онлайн среда са класифицирани в две основни групи: проучвания според технологията на провеждане; проучвания според типа на използваната информация. Към групата на проучванията според технологията на провеждане са отнесени: интернет интервю, компютърно подпомогнати персонални интервюта, компютърно подпомогнати телефонни интервюта, онлайн фокус-групи и онлайн панели. Представени са особеностите, предимствата и недостатъците на изброените методи за проучвания. Към интернет проучванията в зависимост от типа информация са причислени количествените и качествените проучвания. Разгледани са техните характеристики и видове.

Внимание е отделено също на методите за обратна връзка. Установени са формите чрез които може да се постигне участие на клиента в процеса на комуникация: вграждане на анкета в структурата на сайта; електронна поща; участие в дискуссионни групи; аутореспондери; онлайн анкетиране. Идентифицирани са нивата на подкрепа в организацията. Изяснена е същността, ролята и възможностите за приложение на системата за подпомагане вземането на управленски решения. Разгледани са нейните основни характеристики. Посочени са предимствата при използването на такава система. В разработката са определени дейностите и анализите, които се извършват преди да се пристъпи към процеса на изграждане на система за подпомагане вземането на решения. Установени са критериите за проектиране на системата и фокуса е поставен повече върху контекста, отколкото върху техниките. Формулирани са основните цели при проектирането

на системата. Направен е теоретичен анализ на различните виждания в научната литература за основните стъпки при проектирането на система за подпомагане вземането на решения. На базата на направения анализ са идентифицирани етапите при проектирането на система за подпомагане вземането на решения. Изведени са основните проблеми и трудности при проектирането на система за подпомагане вземането на решения.

№5 УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Учебник, Благоевград, Изд. ЧВУ – „Колеж по туризъм“ – Благоевград, 2015

В учебника се разглеждат характерните особености с които се отличава управлението на човешките ресурси в туристическото предприятие. Вниманието е фокусирано върху тяхната роля в туризма и съдържанието на системата за управление на човешките ресурси. Отделено е място на системният подход в управлението на човешките ресурси. Изследвани са отделните елементи на системата за управление на човешките ресурси - осигуряването на необходимите човешки ресурси; активизирането на човешките ресурси в процеса на текущата работа; подкрепящите организационни и управленски мерки и задачи, както и координацията между тях. Установена е връзката и зависимостта между елементите на системата за управление на човешките ресурси. Идентифицирани са характерните особености на обучението и квалификацията на човешките ресурси в туристическото предприятие.

№6 ФИРМЕНА КУЛТУРА И ЛИДЕРСКИ СТИЛ

Студия, Унив. Изд., „Н. Рилски“, Благоевград, 2015

Основната цел на студията е да се изяснят особеностите на фирмената култура и да се изследва нейната връзка с лидерския стил и фирмената идентичност. Отделено е внимание на ценностите в предприятието, на тяхната промяна и на фирмената култура като средата, в която се развива ценностната система. В разработката е отделено място на същността на корпоративна идентичност, като са установени най - важните параметри на идентичността на предприятието. Представени са трите основни стратегии за корпоративна идентичност. Изяснява се същността на лидерството и лидерския стил. Идентифицирани са основните лидерски стилове, приликите и разликите между тях. Разгледани са факторите, които оказват влияние върху лидерските стилове. За целите на изследването е направено проучване на динамиката на прилаганите лидерски стилове от предприятията в Югозападна България. Разкрито е естеството на връзката между лидерския стил и фирмената култура в организацията.

№7 CORPORATE IDENTITY STRATEGIES

Научна статия, Научовий журнал “Маркетинг і менеджмент інновацій”, Сумским государственным университетом, Украины, №3, том 2, 2011

Основната цел на статията е да се изясни същността на корпоративната идентичност и да се идентифицират стратегиите за корпоративна идентичност. В нея е направен е опит да се систематизират многобройните становища и определенията за корпоративна идентичност. Открити са най-важните дименсии на идентичността на предприятието. Идентифицирани са трите основни компонента на системата на идентификационния микс: фирмено (организационно) поведение, комуникационна подсистема и корпоративен дизайн. Изяснена е връзката стратегия – идентичност - фирмена култура. Отделено е внимание на персоналната идентичност. Разграничени са трите основни дименсии на стратегията за корпоративна идентичност: ориентирана към клиентите, ориентирана към хората и ориентирана към вложителите.

№8 ВЛИЯНИЕ НА ЦЕННОСТНАТА ПРОМЯНА В ОБЩЕСТВОТО ВЪРХУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

Научна статия, Сборник научни статии „Проблеми на предприемачеството.”, Унив. Изд., Н. Рилски”, Благоевград, 2011г.

Статията е насочена към изясняване на същността на ценностите, ценностната промяна и изследване на тяхното влияние върху предприемачеството. В нея се разглеждат трите основни изисквания при ценностния подбор при упражняване на дейността на предприемача в предприятието. Вниманието е фокусирано върху корпоративните и личните ценности. В статията се отбелязва, че фирмената култура е средата, в която се развива ценностната система. За целите на изследването са посочени дефинитивните компоненти на фирмената култура. Изведен е извода, че ценностите се поддават на промяна само частично, а не изцяло. Това налага те да бъдат вградени в предприемаческата дейност, като те могат да бъдат един добър помощник на предприемача заедно с нормативите и указанията.

№9 ВЛИЯНИЕ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЯТА ВЪРХУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ

Научна статия, Сборник научни статии «Предприемачество и икономика», Унив. Изд., Н. Рилски”, Благоевград, 2012г.,

Статията е посветена на установяване на особеностите в съвременния процес на интеграция на националните и регионалните икономики в единна световна икономика. Изведен е изводът, че съвременната глобализация се характеризира със системна промяна в динамиката на световната икономическа система и днес успехът до голяма степен се определя от сложната комбинация от елементите на знанието, интегрирането на тези фактори и технологии, обединяването на капитала, информационните и интелектуалните ресурси. Идентифицирани са основните характеристики на съвременната глобализация, които оказват влияние върху предприемаческата дейност. На тази основа са изведени тенденциите за процеса на глобализация, които ще оказват влияние върху предприемаческата дейност.

№10 MANAGEMENT STYLE IN TOURISM

Научна статия, Romanian Economic Business Review, 2013, vol. 8, Issue 4.1

В статията се изяснява същността на управленския стил и са идентифицирани различните типове управленски стилове - авторитарен стил, демократичен стил, либерален стил, кооперативен стил, патриархален стил, харизматичен стил, автократичен стил и бюрократичен стил. Представени са основните отличителни черти на всеки от посочените управленски стилове, техните предимства и недостатъци. Направено е изследване на динамиката на прилагане на различните стилове на управление в туристическите предприятия в България през периода 2008 – 2012г. На основата на получените резултати е изведен извода, че най – предпочитан управленски стил от мениджърите на туристически предприятия в България е кооперативния стил, следван от демократичния и авторитарния. Либералният и останалите стилове на управление се използват рядко в ръководната практика на българските туристически предприятия. Направен е извода, че ефективност в дейността на туристическите предприятия в България се постига в случаите, когато ръководителят е ориентиран към подчинените си и се отнася позитивно към даваните от тях мнения и препоръки.

№11 ОРГАНИЗАЦИОННОТО ЛИДЕРСТВО В ДЕЙНОСТТА НА РЪКОВОДИТЕЛЯ

Научна статия, сп. Предприемачество, бр.1-2, 2013

Статията е фокусирана върху изясняване същността на организационното лидерство. Направено е уточнението, че организационното лидерство на ръководителя е хармонично съчетание в неговата управленска дейност на ефективно ръководство и социално лидерство.

Основна цел на статията е да се направи разграничение между социално – психологическата позиция на лидера и формалната управленска позиция на ръководителя. Изясняват се и се обобщават основните разлики между формалното ръководство и неформалното лидерство. На тази основа са установени и приликите между тях. Изведен е извода, че в контекста на организационното лидерство е целесъобразно не противопоставянето на формалното ръководство и неформално лидерство, а разглеждането им в съвкупност. На основата на направения контент - анализ са открити два взаимнодопълващи се позиционни компонента в организационното лидерство: формално – длъжностен компонент (ръководството) и социално – психологически компонент (лидерството като социален феномен).

№12 ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ОРГАНИЗАЦИОННОТО ЛИДЕРСТВО В СЪВРЕМЕННИТЕ СОЦИАЛНО – ИКОНОМИЧЕСКИ УСЛОВИЯ

Научна статия, сп. „Пирински книжовни листи, Изд. ЧВУ – „Колеж по туризъм“ – Благоевград, 2013

Статията има за цел изследване на особеностите на съвременната социално-икономическа ситуация, представляваща условие за формиране и проява на организационно лидерство. Представени са основните отличителни черти на съвременната социално – икономическа ситуация, в която работят лидерите на организациите. Направен е извода, че една от най – главните отличителни черти е стремителната промяна на ситуацията. На тази основа са изведени основните направления за развитие на актуалните компетенции на организационния лидер. Във връзка с разглежданите характеристики на съвременната социално - икономическа ситуация са направени предложения за съдържанието на теорията на съвременното лидерство, като ясно са отразени особеностите на съвременната ситуация и изискванията към организационните лидери.

№13 ОСОБЕНОСТИ НА УПРАВЛЕНИЕТО В ТУРИЗМА ПРОИЗТИЧАЩИ ОТ НЕГОВАТА СОЦИАЛНО - ИКОНОМИЧЕСКА ПРИРОДА

Научна статия, сп. „Пирински книжовни листи, Изд. ЧВУ – „Колеж по туризъм“ – Благоевград, 2014

Управлението в туристическата индустрия се отличава с някои характерни особености произтичащи от социално - икономическата природа на туризма. Основната цел на статията е изследването на тези особености. Вниманието е фокусирано върху необходимостта от оптимално съчетаване на различни туристически услуги, в резултат от което да се осигурява положителен ефект в две направления: печалба за предприятието и

удовлетворяване на разнообразните потребности на туристите. Основно значение за управлението в предприятията от туристическата индустрия има изучаването на търсенето и предлагането на туристически продукти и услуги и избора на подходящи решения с цел максимизиране на печалбата на предприятията в бъдеще. В туризма се осъществяват социални контакти, които неминуемо възникват между туристи и персонал, туристи и местно население, а също и между отделните групи туристи. Направен е извода, че туристическото предлагане заедно с търсенето определя позициите на туристическите предприятия и налага необходимостта при планиране на тяхната дейност да се вземат ефективни управленски решения за реализирането на висока икономическа изгода.

№14 АНАЛИЗ И ПОДБОР НА ЛИДЕРСКИТЕ КАЧЕСТВА НА РЪКОВОДИТЕЛЯ,

Научна статия, сп. Икономика и управление, бр.1, 2015

Основната цел на статията е да се анализират качествата на ръководителя, които му осигуряват възможност да заеме лидерско положение в социалната група и ефективно да изпълнява лидерски функции. В тази връзка е изяснено съдържанието на понятията лидер и лидерски качества на ръководителя. Анализирани са лидерските качества. На основата на резултатите от направения анализ е предложена обобщена структура на лидерските качества на лидера в организацията, която включва четири основни блока от качества: индивидуално – личностни; организационно – управленски; социално – психологически; перцептивни качества. Определени са нивата на систематизиране на анализираните лидерски качества. Изведен е извода, че за да може ръководителят да се издигне от най – ниското, индивидуалното ниво до най - високото, актуално - лидерско ниво е необходимо успешно да се реализира във вътрешногруповото взаимодействие, като показва съответните качества.

№15 ИМИДЖЪТ НА ЛИДЕРА КАТО ОБРАЗ, ФОРМИРАН ВЪВ ВЪЗПРИЯТИЕТО НА ПОСЛЕДОВАТЕЛИТЕ

Научна статия, сп. Предприемачество, бр.1, 2015

Статията е насочена към изясняване на дефинитивните и съдържателни компоненти на имиджа на лидера като образ, формиран във възприятието на последователите. В този контекст вниманието е фокусирано върху неговата същност и разграничаване на неговите съставни компоненти. Специално място в разработката е отделено на харизмата като част от образа на лидера. За целта е определена същността на харизмата и нейните измерения. Във връзка с лидерството в организацията са установени условията, които могат да способстват

за ръст на харизмата. На тази база са идентифицирани основните компоненти на харизмата, които са представени като фактори за повишаване на лидерските компетенции на ръководителя и формиране на неговия имидж. Направен е извода, че харизмата на лидера се формира във възприятието на последователите тогава, когато нейните компоненти се проявяват в тяхното съзнание в общ, цялостен образ.

№16 УПРАВЛЕНСКИТЕ ПРИНЦИПИ КАТО ЕЛЕМЕНТ НА ПРОФЕСИОНАЛНО - УПРАВЛЕНСКИЯ МИРОГЛЕД НА ЛИДЕРА

Научна статия, сп. „Пирински книжовни листи, Изд. ЧВУ – „Колеж по туризъм“ – Благоевград, 2015г.

Основната цел на статията е да изследва връзката между професионално - управленския мироглед на ръководителя и принципите на управление. В тази връзка е изяснена същността на професионално - управленския мироглед на ръководителя. Направен е анализ на съвременните управленски принципи, лежащи в основа на различни съвременни управленски концепции. Представен е обобщен модел на принципите на управление на персонала, който се състои от три раздела: процесуално - административни принципи на управление; психолого - педагогически принципи на управление; организационни принципи на управление. Основният резултат, който е постигнат е ясно разграничени принципи на управление, които могат да се разглеждат като инструментариум при формирането на професионално - управленския мироглед на ръководителя и развитие на неговите лидерски компетенции.

№17 RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE CULTURE AND COMPETITIVE POWER OF THE COMPANIES IN TOURISM INDUSTRY

Научна статия, Tourism & Management Studies Vol. 11, №1, Portugal, 2015

Статията е посветена на изследване на връзката между корпоративната култура и конкурентоспособността в туризма. В нея е направено ясно разграничаване на вътрешна и външна страна на корпоративна култура в туризма. Установена е степента на развитие на корпоративната култура и формиране на мисия в туристическите предприятия в южна България. Проучени са факторите, които влияят върху нивото на корпоративна култура в туризма. Направено е проучване на психологическия климат и мотивационните фактори в предприятията от туристическата индустрия. Идентифицирана е връзката между корпоративната култура и конкурентоспособността в туризма. Получените резултати от разработката намират пряко приложение в практиката и могат да бъдат използвани от

мениджърите при формирането на корпоративна култура или повишаване на нейното ниво в туристическите предприятия в България.

№18 MODEL OF DEVELOPMENT OF MANAGER'S LEADERSHIP COMPETENCES

Научна статия, Economic Processes Management: International Scientific E-Journal. 2015. № 4. Available: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2015_4/2015_4_2.pdf

Статията има за цел разработването на модел за развитие на лидерските компетенции на ръководителя. В нея се изяснява същността на лидерството и лидерските компетенции. Основните лидерски компетенции на ръководителя са организирани в три клъстера и на тази база е предложен модел на лидерските компетенции. Разграничени са компетенциите, които се включват във всеки един от трите клъстера. Обоснована е необходимостта от разработването на модел, който позволява да се развият лидерските компетенции на ръководителите в конкретни социални групи. Анализирани са възможностите за развитие на лидерските компетенции и на тази основа е разработен модел за развитие на лидерските компетенции на ръководителя. Специално внимание е отделено на неговите основни елементи - когнитивен елемент на лидера, компетентностно - поведенчески елемент на лидера, когнитивен елемент на последователите, поведенчески елемент на последователите, организационно- управленски и социално- психологически условия за проявление на лидерството.

№19 INFLUENCE OF LEADERSHIP COMPETENCES ON THE MANAGER'S ACTIVITIES IN HOTEL BUSINESS

Научна статия, Economic Processes Management: International Scientific E-Journal. 2016. №1. Available: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2016_1/2016_1_10.pdf

Статията е насочена към изследване въздействието на лидерските компетенции за подобряване представянето на ръководителя в хотелиерството. В нея са идентифицирани основните лидерски компетенции в туризма, като са групирани в клъстери. За всеки клъстер е отбелязано кои компетенции включва. Направено е измерване на група лидерски компетенции на конкретен ръководител в Парк хотел „Пирин”, гр. Сандански, избрани като най - вероятни да направят различно и по - добро неговото представяне и дейност в настоящата му работа. Лидерските компетенции обхванати в изследването са подбрани чрез интервю със служители и мениджъра на хотела, както и анализ на представянето на изследвания ръководител. За целта е осъществено също и анкетно проучване на мнението на

служителите, на управителя и мнението на самия изследван ръководител на Парк хотел „Пирин”, гр. Сандански. Резюмето на портфолиото от лидерски компетенции предоставя преглед на силните страни на изследвания ръководител и областите за подобряване. Резултатите за всички лидерски компетенции, изследвани в направеното проучване са изброени и организирани по клъстери. На основата на получените резултати от оценка на лидерските компетенции са направени изводи за компетенциите и елементите по отношение на които изследвания ръководител показва най - високи и най - ниски резултати. На базата на препоръките от участвалите в изследването служители и ръководители са предложени възможности за развитие на лидерските компетенции на ръководителя. Основният резултат, който е постигнат е ясно разграничени лидерски компетенции и идентифицирани области, в които изследваният ръководител се нуждае от подобрене.

№20 СТРАТЕГИЧЕСКИ ПОДХОДИ ЗА ФОРМИРАНЕ ИМИДЖА НА ОРГАНИЗАЦИОННИЯ ЛИДЕР

Научна статия, сп. Икономика и управление, бр.1, 2016

В статията се изяснява същността на имиджа на лидера в организацията и се идентифицират неговите компоненти. Отделено е място на бранда на организационния лидер. Отбелязано е, че имиджът на организационния лидер е неотменим компонент на бранда на лидера. В контекста на формиране имиджа на лидера в организацията са предложени три стратегии. Конкретизирани са основните стъпки при реализирането на стратегиите. Основният резултат, който е постигнат е ясно установени стратегически подходи за формиране на имиджа на организационния лидер, които ръководителите могат да прилагат, за да получат признанието на групата и да бъдат приети като организационни лидери.

№21 ЛИДЕРСТВОТО КАТО ПОТЕНЦИАЛ НА ЕФЕКТИВНАТА ОРГАНИЗАЦИЯ

Научна статия, сп. Предприемачество, бр. 2, 2016

Статията е посветена на изследването на основните подходи за изучаване на лидерството. На основата на проучването на значителен обем литературни източници посветени на управлението е направен сравнителен анализ на моделите на поведенческо лидерство. Отделено е внимание на поведенческия подход, ситуационния подход, теорията на личността и модела на личностните черти. Осъществено е изследване и са определени нагласите на мениджърите в България за начините и подходите за преодоляване на

потребността от лидери в българските предприятия. Установено е, че най - голям е делът мениджърите, които предпочитат да търсят и наемат ръководители отвън. Най - малък е делът на мениджърите, които отдават предпочитание към формиране и развитие на лидерите в своята среда. Изведен е извода, че решаването на проблемите на лидерството е свързано с използването на ефективна методика, свързана с формирането и развитието на лидерите в своята среда, което съкращава времето и ресурсите изразходвани за привличане на лидери отвън.

№22 СТРАТЕГИЧЕСКО ЛИДЕРСТВО В ОБУЧАВАЩАТА СЕ ОРГАНИЗАЦИЯ

Научна статия, сп. Предприемачество, бр. 2, 2016

Основната цел на тази статия е да се разгледат особеностите на обучаваща се организация и да се направи разграничение между обучаващия лидер и традиционния мениджър. Осъществен е сравнителен анализ на характеристиките на лидерство през 20-ти и 21-ви век и на тази база са определени основните лидерски стилове - обучаващ, треньорски лидерски стил; интерактивен лидер; обслужващ лидер; харизматичен лидер. Направено е изследване на дела от концептуалната, управленската и технологична класификация на мениджърите на различните нива на управление. Изведен е извода, че концептуалните знания почти не се търсят от мениджърите на проучваните български предприятия, като най-висока оценка от мениджърите получава административния ресурс (длъжност, ниво, статус, власт).

№23 ОСНОВНИ НАПРАВЛЕНИЯ НА РАБОТА ПРИ ФОРМИРАНЕ НА ЛИДЕРСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ОРГАНИЗАЦИОННИЯ ЛИДЕР

Научна статия, сп. „Пирински книжовни листи, Изд. ЧВУ – „Колеж по туризъм“ – Благоевград, 2016г.

Статията е посветена на определяне на възможните направления на дейност за развитие на структурните компоненти на модела за развитие на лидерските компетенции на ръководителя. В нея се разглеждат когнитивната, мотивационната и дейностната готовност на ръководителя за лидерство. Уточняват се основните положения при разработването на концепция за развитие на лидерските компетенции на организационния лидер. Отделено е място на развитието на Аз- концепцията и разширяването на професионално - управленския миоглед на организационния лидер. Конкретизирани са основните направления на работа за управляемото формиране на лидерската Аз- концепция. Вниманието е фокусирано върху

работата със социалната ориентация на организационния лидер и формиране на неговия лидерския образ. Предложени са две основни стратегии за мотивация към работа и сплотяване на последователите около лидера, които могат да се реализират като взаимно се допълват една друга.

№24 MANAGER'S QUALITIES AND TYPES OF MANAGERS IN THE COMPANY

Доклад, Втора международна научна конференция “Международен диалог: ИЗТОК- ЗАПАД”, Македония, 2011

Докладът има за цел да се изследват основните качества, които трябва да притежава ръководителя в предприятието. Вниманието е насочено към човешките, интелектуалните, техническите, концептуалните, хуманитарните, базисните качества, както и качествата практическа и емоционална интелигентност. Разгледани са основните типове ръководители в зависимост от различната комбинация на необходимите и притежавани качества, както и основните типове ръководители в съответствие с различните фази от жизнения цикъл на предприятието. Основният резултат, който е постигнат е ясно разграничени качества, които ръководителите на различните управленски нива в предприятието трябва да притежават, за да осигурят постигането на поставените цели и ефективното управление на предприятието.

№25 ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ И КВАЛИФИКАЦИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Доклад, International scientific and practical conference “Economics and Management: development perspectives”, Sumy, Ukraine, 2011

В доклада се акцентира върху ролята на обучението и квалификацията на персонала на туристическото предприятие. Определени са четири проблемни кръга, които включва Програмата за обучение: какви учебни цели следва да се достигнат; каква учебна (теоретична и практическа) материя ще бъде обект на внимание; кога и за колко време ще се извършва обучението на служителите; с помощта на какви методи ще става това. Направено е разграничаване на използваните методи според начина на създаване, обема, спецификата и формата, в които бива поднасяна информацията пред обучаващите се: еднопосочно по линията обучаващ - обучаван; двупосочно приемане на информация; самостоятелно създаване на информация; съдържателно ориентирани методи; процесно ориентирани методи. В разработката е отделено внимание на качествените особености на обучението и

квалификацията на човешките ресурси поради сезонното ангажиране на преобладаващата част от персонала в туристическите предприятия.

№26 THE LEADERSHIP COMPETENCES IN TOURISM

Доклад, 8th International Scientific Conference “Management in the Function of Increasing the Tourism Consumption, University of Rijeka, Croatia, 2012

В доклада се изяснява същността на лидерските компетенции в туризма. За целите на изследването те са групирани в три клъстера, като всеки клъстер се състои от две - три компетенции. Установено е съдържанието на всяка отделна компетенция: наименование; обща дефиниция; индикация как изглежда компетенцията на три различни нива: базово, добро и забележително. Направено е уточнението, че различните нива на всяка компетенция са предназначени да помогнат на ръководителите в туристическото предприятие да правят разграничение между различните нива на представяне в работа: 1 ниво - базово; 2 ниво - добро и 3 ниво - забележително представяне в работата. В табличен вид подробно са представени лидерските компетенции от трите клъстера: разрастване на бизнеса, стремеж към успех и обща победа.

№27 INTERACTION BETWEEN MANAGEMENT STYLE AND CORPORATE CULTURE IN TOURISM

Доклад, Book of Proceedings – TMS – Management Studies, Volumes 4, International Conference – Algarve, Portugal 2012

Основната цел на доклада е да се изследват основните управленски стилове в туристическите предприятия и тяхната връзка с фирмената култура. В него се разкрива същността на управленския стил и двата управленски стила, които типизират в най-голяма степен релацията фирмена култура - управленски стил: авторитарния и кооперативния управленски стил. Установени са основните критерии, по които тези стилове се различават един от друг. Подробно са разгледани характеристиките на посочените управленски стилове. Направено е изследване на прилагания управленски стил в българските туристически предприятия. Вниманието е фокусирано върху взаимодействието между управленския стил и фирмената култура. Основният резултат, който е постигнат е ясно разграничени управленски стилове, които ръководителите в туристическите предприятия могат да прилагат, за да влияят върху служителите и да осигурят изпълнението на индивидуалните или груповите задачи и постигането на поставените цели.

№28 ФИРМЕНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЪ В ТУРИЗМЕ - ИНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Доклад, IX Международной научно - практической конференции, Екатеринбург, Русия 2014

В доклада се прави опит да се систематизират многобройните становища и определения за корпоративна идентичност. На базата на направените констатации и определения са открити най-важните параметри на идентичността на туристическото предприятие. Определени са трите основни елемента на системата на идентификационния микс. Отделено е внимание на релацията фирмена стратегия – идентичност - фирмена култура. Представени са стратегиите за корпоративна идентичност в туризма.

№29 ЦЕННОСТНИЯТ ПОДХОД ПРИ ИЗСЛЕДВАНЕ НА ЛИДЕРСТВОТО

Доклад, Десета международна научно- приложна конференция „Икономика и мениджмънт на иновациите– съвременни теории и практики“, Варна, 2014

Основната цел на доклада е да се изследва ценностния подход в лидерството. В тази връзка е изяснена същността на организационното лидерство, като лидерството е представено като когнитивен феномен. Посочени са нивата, на които ценностното лидерство може да се реализира – индивидуално и групово. Вниманието е фокусирано върху двете базови положения на ценностната теория за лидерство и показателите за ценностно лидерство. Основният резултат, който е постигнат е ясно разграничени етапи в развитието на процеса „последователство - лидерство“, представляващи модел за формиране на лидерството, както и конкретно формулирани показатели за ценностно лидерство.

№30 СИГУРНОСТТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ КАТО НАЙ-ВАЖНО НЕГОВО УСЛОВИЕ

Доклад в съавторство, Кръгла маса на тема „Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“, Свищов, 2016

Практиката на международния туризъм показва, че с увеличаването на броя на пътуващите и разширяването на границите на пътуванията драстично се увеличава необходимостта от по - пълно овладяване на спецификата на пътуванията и спазване на мерките за безопасност. Това важи с най - голяма сила за регионите със сложна социално - политическа среда. Основната цел на доклада е фокусиране на вниманието върху опасностите при подобни пътувания и реалните заплахи за живота и здравето на туристите. В него е отделено внимание на международния опит за развитие на мерките за безопасност в

туризма. Разгледани са препоръките на Интерпарламентарната конференция по туризъм в Хага. Основният резултат, който е постигнат е ясно идентифицирани опасности и заплахи за живота и здравето на туристите.

№31 DESTINATION DEVELOPMENT: OVERCOMING SOCIAL AND ENVIRONMENTAL LIMITATIONS OF TOURISM IN BULGARIA

Доклад в съавторство, “Geomed 2016 - The 4th International Geography Symposium”, Antalya, Turkey, 2016

Докладът има за цел да установи специфичните възможности за решаване на проблема със сезонността и за преодоляване на негативните социални или екологични въздействия на съвременния туризъм чрез изпълнението на отговорна концепция за пътуване. В него се прави опит да се установят възможностите за подобряване на туристическото предлагане с алтернативни туристически продукти така, че да се преодолее сезонността в туризма. В тази връзка вниманието е фокусирано върху отговорния туризъм и като обект на изследване е избран екоселище Омая - отлична дестинация за отговорен туризъм в България. За целите на изследването е направен PESTE – анализ, анализ на средата, SWOT – анализ, финансов анализ. На основата на получените резултати от направените анализи е изведен извода, че в екоселище Омая принципите за устойчиво и отговорно развитие на туризма за опазване на природната среда и ресурсите са ключова силна страна. Намерен е точния баланс между благополучното подsigуряване на туристите, нуждите на природната и културна среда, тяхното развитие, както и конкурентност на дестинацията и бизнеса.

№32 SELECTING A DECISION MODEL FOR RESTRICTING THE ENVIRONMENTAL AND SOCIAL THREATS IN TOURISM

Доклад в съавторство, 5th International Conference on New Challenges in Management and Business, Izmir, Turkey, 2016

Постигането на сигурност и безопасност в туризма се свързва с постоянна работа по анализ на постъпващата информация за случващото се в и извън индустрията, за конкурентите, доставчиците, потребителите и пр. Постигането на ефективност на процеса за туристическата дестинация се обуславя от вземането на множество и разнопосочни решения, така че да се поддържа нейната сигурност, устойчивост на заплахи и конкурентоспособност. Основната цел на доклада е да се проучат управленските практики, реалните и потенциални заплахи. Идентифицирани са основните етапи при управлението на заплахите. Изследвани се

ефектите върху заинтересованите страни и на тази основа е предложен алгоритъм за вземане на решения, ограничаващи заплахите за туристическата дестинация. Внимание е отделено на информационно осигуряване и подпомагане на процеса. Изяснена е същността на системата за подпомагане на вземането на решения и са определени са етапите при проектирането на такава система. Предложен е концептуален модел за избор на решение свързан с ограничаване на природните и социални заплахи в туризма.