А В Т О Р С К А С П Р А В К А

за научните и научно-приложните приноси

на гл. ас. д-р Иванка Петрова Въсенска

кандидат в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.9. Туризъм, научна специалност „Икономика и управление на туризма (Дигитализация и изкуствен интелект в туризма)“, обявен от Колеж по туризъм – Благоевград в „Държавен вестник“, бр. 64 от 14 юли 2026 г.

I. Обща характеристика на представената научна продукция

Научната продукция, представена за участие в конкурса, обхваща изследвания, разработени след придобиването на образователната и научна степен „доктор“, и е систематизирана както следва:

Вид научна продукция	**Брой**
Монографии (в т.ч. 2 самостоятелни и 1 колективна)	3
Глави от колективни монографии и енциклопедични издания	5
Студии	1
Статии и доклади в издания, реферирани и индексирани в Scopus и Web of Science	9
Статии и доклади в нереферирани списания с научно рецензиране и в редактирани колективни томове	22
Забелязани цитирания – общо	204
в т.ч. в издания, реферирани в Scopus / Web of Science	90
в т.ч. в монографии и колективни томове с научно рецензиране	12
в т.ч. в нереферирани списания с научно рецензиране	102
Рецензентска дейност в международни научни списания (Risks, JRFM)	2
Участие в национални научни и образователни проекти	6
Участие в международни научни и образователни проекти	7

За хабилитационен труд се представя самостоятелната монография „Дигитални приложения на изкуствения интелект в сферата на туризма“ (Издателство „Неофит Рилски“, Благоевград, 2022, ISBN 978-954-00-0328-3), която тематично съответства пряко на обявената научна специалност.

Публикациите са групирани в шест взаимосвързани научноизследователски направления. Приносите са означени като теоретични (Т), методологични (М) и научно-приложни (П).

II. Научноизследователски направления и приноси

Направление 1. Изкуствен интелект и машинно самообучение при прогнозирането на туристическото търсене

Основни публикации: монография (2022); глава от Encyclopedia of Tourism Management and Marketing, Edward Elgar (2022); FinTech, 4(3) (2025); Ekonomicko-manazerske spektrum, 18(1) (2024); ITEMA Conference Proceedings (2024); Smart Analysis of Tourism Policy Efficiency in Bulgaria for the Period 1980–2017, Sciendo (2020).

1.1. (Т) Систематизирана е и е адаптирана към спецификата на туристическия сектор методологичната рамка на дълбокото машинно самообучение за анализ на времеви редове. Изведени са изискванията към структурата и качеството на входните данни, към архитектурата на моделите и към критериите за оценка на прогнозната точност при входящите туристически потоци.

1.2. (М) Предложен и апробиран е сравнителен изследователски дизайн, съпоставящ класически иконометрични модели, модели на машинното самообучение и модели на дълбокото самообучение при прогнозиране на туристическото търсене с включени макроикономически детерминанти. Дизайнът позволява обективна оценка на относителната прогнозна способност на отделните класове модели при еднакви условия.

1.3. (Т) Емпирично е доказано, че включването на икономически индикатори като екзогенни променливи подобрява прогнозната точност на моделите за туристическо търсене, като е установена и относителната значимост на отделните индикатори.

1.4. (М) Формулирана и приложена е концепцията за методологичен плурализъм при прогнозирането на силно волатилни времеви редове, която обосновава едновременното използване на алтернативни методологични подходи вместо избора на един „най-добър“ модел.

1.5. (П) Разработен е аналитичен инструментариум за оценка на ефективността на туристическата политика на България за периода 1980–2017 г., приложим при обосноваване на управленски решения на национално равнище.

1.6. (П) Систематизирани са икономическите импликации на внедряването на технологии на изкуствения интелект в туристическата практика – по отношение на управлението на приходите, планирането на капацитета и маркетинговите решения.

Направление 2. Дигитализация на финансовите взаимоотношения в туризма и финансови технологии

Основни публикации: Risks, 9(3) (2021); Risks, 13(10) (2025); SHS Web of Conferences, 129 (2021).

2.1. (П) За условията на България е емпирично изследвано и измерено потребителското поведение при използване на финтех решения в периода на кризата, породена от COVID-19, като са идентифицирани настъпилите структурни промени в платежните навици.

2.2. (Т) Изведени и класифицирани са детерминантите на приемането на безкасовите и дигиталните разплащания, с отчитане на факторите на доверие, възприеман риск и технологична готовност.

2.3. (М) Приложен е библиометричен подход за картографиране на изследователското поле на корпоративната социална отговорност в контекста на COVID-19, чрез който са очертани водещите тематични клъстери и изследователските празноти.

Направление 3. Конкурентоспособност, атрактивност и имидж на туристическата дестинация

Основни публикации: монография (2018); глава в Tourist Destination Management, Springer (2019); студия Improving Destination Management Effectiveness (2017); Ekonomika, 61(3) (2015); Tourism & Management Studies, 13(3) (2017); Marketing and Branding Research, 4(3) (2017); Entrepreneurship, 2(1&2) (2014).

3.1. (Т) Разработен е теоретичен модел на взаимовръзките между култура, туризъм, конкурентоспособност, атрактивност и имидж на дестинацията, който обяснява механизма на превръщане на културните ресурси в конкурентно предимство.

3.2. (М) Предложена и апробирана е методика за факторен анализ на конкурентоспособността на действаща туристическа дестинация, приложима при периодично измерване и сравнителен анализ.

3.3. (П) Емпирично е оценена атрактивността на дестинация България и е изведена система от индикатори за нейното наблюдение, включително по отношение на разпознаваемостта на имиджа сред външни пазари.

3.4. (М) Апробиран е инструментариумът на теорията на игрите при анализа на взаимодействията между заинтересованите страни в туристическата дестинация.

3.5. (П) Формулирани са насоки за повишаване на ефективността на дестинационния мениджмънт, адресирани към организациите за управление на дестинациите.

Направление 4. Културно наследство, събитиен туризъм и локална идентичност

Основни публикации: колективна монография (2015); глава в Fulbright International Summer Institute: Interdisciplinary Doctoral Papers (2017); Tourism & Management Studies, 11(1) (2015); Globalization and Its Socio-Economic Consequences (2018); The Cultural Corridors of South-Eastern Europe (2018); публикации от поредицата „Културни коридори“ (2012–2017).

4.1. (Т) Доказана е ролята на фестивалния туризъм като инструмент за повишаване на осъзнатостта и жизнеспособността на местните традиции, като е изведен механизмът на въздействие върху приемащата общност. Публикацията е с най-висок отзвук в научната литература сред трудовете на кандидата (68 забелязани цитирания).

4.2. (М) Разработени са интерпретационни подходи към нематериалното културно наследство при изграждането на туристически продукт, апробирани върху случая на Санторини.

4.3. (П) Предложена е креативно-икономическа интерпретация на археологическото наследство на Долината на тракийските царе (Старосел) като основа за развитие на специализиран туристически продукт.

4.4. (П) Обоснован е моделът на тотален туристически продукт, изграден върху общо културно наследство на трансгранична основа, апробиран върху културните коридори Виа Понтика и Виа Диагоналис.

4.5. (П) Анализирани са възможностите и предизвикателствата пред инициативата „Европейска столица на културата“ за дестинация България.

Направление 5. Кризи, риск, устойчивост и постпандемична трансформация на туризма

Основни публикации: Springer Proceedings in Business and Economics (2021); Ekonomicko-manazerske spektrum, 14(2) (2020); Tourism and Connectivity (2020); ICTR Conference Proceedings (2021, 2022); „Културните пътища на Балканите“ (2021); 10th World Conference for Graduate Research in Tourism (2018).

5.1. (М) Разработен е измерителен инструментариум за оценка на нагласите за пътуване в условия на повишен риск, приложим при мониторинг на потребителското поведение по време на кризи.

5.2. (Т) Систематизирани са промените в нагласите и поведението на туристическите потребители по време на кризата, породена от COVID-19, и е изведена типология на реакциите.

5.3. (П) Емпирично са установени последиците от кризата за икономиката на споделянето в туризма върху примера на Airbnb в Чешката република, с изводи, приложими и към други пазари от Централна и Източна Европа.

5.4. (Т) Направено е терминологично и съдържателно разграничение между новите форми на туризъм като реални пазарни явления и като езикови новообразувания, което внася концептуална яснота в изследователското поле. Подходът е апробиран върху случая на глампинга.

5.5. (П) Обосновани са възможностите на концепцията „Туризъм 4.0“ и на музеите на открито за организиране на безопасно туристическо потребление в постпандемични условия.

5.6. (М) Предложени са адаптивни схеми за съвместяване на изискванията за сигурност и за устойчивост в управлението на туристическите дестинации.

Направление 6. Институционална трансформация на туристическия сектор и човешки капитал

Основни публикации: глава в Tourism Development in Post-Soviet Nations, Palgrave Macmillan (2020); Management, Knowledge and Learning International Conference (2013); Regional Studies Program (2015).

6.1. (Т) Направена е периодизация и анализ на прехода на българския туристически сектор от планова към пазарна икономика, като са идентифицирани институционалните фактори, определили траекторията на развитие, и съвременните дискурси за нея.

6.2. (П) Доказана е връзката между организационното учене и овластяването на персонала, от една страна, и резултатността на туристическата дестинация, от друга.

6.3. (П) Систематизирани са добри практики за постигане на устойчивост чрез иновации в туризма, приложими на регионално равнище.

III. Обобщение на приносите

Приносите в представената научна продукция могат да бъдат обобщени в три групи:

А. Теоретични приноси – обогатяване на съществуващи знания. Адаптирана е методологичната рамка на дълбокото машинно самообучение към спецификата на туристическите времеви редове (1.1); доказано е влиянието на икономическите детерминанти върху прогнозната точност (1.3); изведени са детерминантите на приемането на дигиталните разплащания (2.2); разработен е моделът на връзката култура – конкурентоспособност – имидж (3.1); доказана е ролята на фестивалния туризъм за поддържането на местните традиции (4.1); изведена е типология на потребителските реакции при криза (5.2); внесено е концептуално разграничение между новите форми на туризъм и терминологичните новообразувания (5.4); анализирана е институционалната трансформация на българския туристически сектор (6.1).

Б. Методологични приноси – създаване на нови методи, модели и изследователски дизайни. Сравнителен дизайн за оценка на прогнозни модели (1.2); концепция за методологичен плурализъм при волатилни редове (1.4); библиометричен подход за картографиране на изследователско поле (2.3); методика за факторен анализ на конкурентоспособността на дестинация (3.2); приложение на теорията на игрите в дестинационния анализ (3.4); интерпретационни подходи към нематериалното наследство (4.2); измерителен инструментариум за нагласи към пътуване в рискови условия (5.1); адаптивни схеми „сигурност – устойчивост“ (5.6).

В. Научно-приложни приноси – приложение на научни резултати в практиката. Инструментариум за оценка на туристическата политика (1.5); систематизация на икономическите ефекти от изкуствения интелект в туристическата практика (1.6); емпирична оценка на финтех поведението в България (2.1); система от индикатори за атрактивността на дестинация България и насоки за дестинационния мениджмънт (3.3, 3.5); продуктови модели върху основата на културното наследство (4.3, 4.4, 4.5); емпирични резултати за икономиката на споделянето (5.3); приложение на „Туризъм 4.0“ в постпандемични условия (5.5); резултати относно човешкия капитал и иновациите (6.2, 6.3).

IV. Отзвук на научната продукция

Установени са общо 204 забелязани цитирания на трудовете на кандидата, от които 90 в издания, реферирани и индексирани в Scopus и Web of Science, 12 в монографии и колективни томове с научно рецензиране и 102 в нереферирани списания с научно рецензиране. Цитиранията са от автори от Европа, Азия, Африка, Северна и Южна Америка, което свидетелства за международна разпознаваемост на изследователските резултати.

С най-висок отзвук са публикациите: Stankova, M., & Vasenska, I. (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. Tourism & Management Studies,

11(1) – 68 цитирания; Vasenska, I., Dimitrov, P., Koyundzhiyska-Davidkova, B., Krastev, V., Durana, P., & Poulaki, I. (2021). Financial transactions using fintech during the COVID-19 crisis in Bulgaria. Risks, 9(3) – 74 цитирания; Dimitrov, P. M., Stankova, M. Z., Vasenska, I., & Uzunova, D. (2017). Increasing attractiveness and image recognition of Bulgaria as a tourism destination. Tourism & Management Studies, 13(3) – 14 цитирания.

Кандидатът е участвал в 6 национални и 7 международни научноизследователски и образователни проекта и е рецензент за международните научни списания Risks и Journal of Risk and Financial Management (MDPI).

V. Декларация

Декларирам, че представените в настоящата справка научни резултати и приноси са лично мои и не са заимствани от изследвания и публикации, в които нямам участие. При колективните публикации приносите са резултат от равностойно участие на съавторите, освен ако изрично не е посочено друго. Представените трудове не са използвани за придобиване на образователната и научна степен „доктор“, нито в предходни процедури за заемане на академични длъжности.

Дата: 03.09.2026 г.
гр. Благоевград

Кандидат: .....
(гл. ас. д-р Иванка Въсенска)