ЮБИЛЕЙНА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ТУРИЗМЪТ В ЕПОХА НА ПРЕХОДИ: ЗНАНИЯ, ПОЛИТИКИ И УСТОЙЧИВИ БИЗНЕС МОДЕЛИ

Сборник с доклади

АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ЦЕНОВ" СВИЩОВ

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ

Почетен председател:
Доц. д-р Марин Маринов – Ректор на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Съ-Председатели:

Доц. д-р Любка Илиева – Ръководител на катедра
„Икономика и управление на туризма“
Проф. д-р Марияна Божинова

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Доц. д-р Любка Илиева – председател
Доц. д-р Петя Иванова
Доц. д-р Тихомир Личев
Доц. д-р Любомира Тодорова
Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Гл. ас. д-р Кристина Шопова
Ас. д-р Йоана Константинова

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Доц. д-р Любка Илиева – председател
Доц. д-р Петя Иванова
Доц. д-р Тихомир Личев
Доц. д-р Любомира Тодорова
Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Гл. ас. д-р Кристина Шопова

СЕКРЕТАРИАТ

Доц. д-р Любомира Тодорова
Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Гл. ас. д-р Кристина Шопова
Ас. д-р Йоана Константинова

ISBN 978-954-23-2652-6

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ
ФАКУЛТЕТ „ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС”
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА”

ЮБИЛЕЙНА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ТУРИЗМЪТ В ЕПОХА НА ПРЕХОДИ: ЗНАНИЯ, ПОЛИТИКИ И УСТОЙЧИВИ БИЗНЕС МОДЕЛИ

19 – 20 юни 2026 г.

10 ГОДИНИ

Катедра „Икономика и управление на туризма”

Академично издателство „Ценов” – Свищов
2026

Кръглата маса се посвещава на 90-годишнината на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов и 10-годишнината на катедра „Икономика и управление на туризма”.

Докладите в сборника са анонимно рецензирани от Редакционен съвет.

Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

© АИ „Ценов“, Свищов, 2026
ISBN 978-954-23-2652-6

СЪДЪРЖАНИЕ

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА“
Десетилетие на академично развитие, научни постижения и професионална реализация
Доц. д-р Любка Илиева 11

ПОЛИТИКИ, РЕГУЛАТОРНИ РАМКИ, ИКОНОМИКА И СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА В УСЛОВИЯТА НА ТРАНСФОРМАЦИИ

Предизвикателства пред туризма на България
Проф. д-р Стоян Петков Маринов 21

Публични политики за устойчиво управление на обекти на културното наследство
Проф. д-р Маргарита Богданова 31

Политики за развитие на устойчив културен туризъм
Проф. д.н. Таня Парушева 41

Предизвикателства пред туристически сезон 2026
Доц. д-р Красимира Янчева, ас. д-р Христина Сантана 48

Туризъм и геополитически въздействия – географски аспекти
Доц. д-р Тихомир Личев 63

Обществените поръчки в туризма – взаимодействие между знания, политики и устойчиви бизнес решения
Доц. д-р Галина Чиприянова, Красимир Парашкевов 75

Релацията „културен туризъм – културно наследство“
Доц. д-р Пенка Горанова 86

Професионалната счетоводна преценка в туристическите предприятия: между нормативното съответствие и управленската полезност на информацията
Доц. д-р Радосвета Кръстева-Христова, студ. Василена Тодорова, студ. Димитър Димитров, студ. Евелина Радева, студ. Кристиан Иванов 94

Application of Lean Manufacturing Tools in Boxed Solutions for the Tourism Industry
Candidate of Pedagogical Sciences Protsenko Yulia Procenko
Lilya Idrisova, Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD 107

Политики за устойчив туризъм чрез проектно финансиране: Финансова ефективност на общинските инвестиции в инфраструктура
Ас. д-р Димчо Шопов 116

Кризата в Близкия изток – предизвикателства и възможности пред българския туризъм
Ас. д-р Тихомир Драганов.....128

Ролята на европейските програми за развитие на туристическия бизнес в България
Докторант Мария Павлова-Кондрова.....136

Териториална концентрация и регионални различия в развитието на балнео, СПА и уелнес туризма в България
Докторант Антоанета Христова.....144

Местното самоуправление като фактор за развитието на туризма
Докторант Ива Панайотова 156

Институционални и икономически ограничения при трансформацията на земеделски земи за нуждите на туристическата инфраструктура
Докторант Атанас Атанасов.....165

Потенциал за развитие на голф туризма в деветте туристически района на България
Докторант Незифе Бозова.....174

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ, ЗЕЛЕНА И КРЪГОВА ИКОНОМИКА, ГЕОПРОСТРАНСТВЕНИ АНАЛИЗИ И РЕСУРСЕН ПОТЕНЦИАЛ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ

From sustainable to regenerative tourism in the context of the blue economy
Доц. д-р Стефан Райчев 183

Синята икономика и устойчивият туризъм: възможности и предизвикателства
Доц. д-р Добринка Стоянова.....190

Съвременни измерения на социалноикономическата устойчивост в туризма
Доц. д-р Ваня Василева.....199

Развитие на районите през призмата на туризма
Доц. д-р Елена Йорданова, гл. ас. д-р Георги Ангелов, гл. ас. д-р Цветан Марков 207

Концептуализиране на геополитически сензитивни дестинации чрез спортен туризъм: по примера на Голанските възвишения
Доц. д-р Теодора Кирякова-Динева, докторант Уаел Муграби.....216

Изследване на нагласите към екологосъобразните решения в туризма
Гл. ас. д-р Павлин Павлов.....225

Храната като важен компонент на туристическото преживяване
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева 236

Връзка между туристическите пътувания и динамиката на потребителските цени в България
Докторант Никола Николов 244

Климатолечението в структурата на здравния туризъм: историческо развитие, научни школи и концептуално моделиране
Докторант Ваня Андонова..... 256

Кандидатурата за Европейска столица на културата като фактор за развитие на целогодишен туризъм в Бургас
Докторант Иван Гаврилов 268

Място на кръговата икономика в туристическия сектор
Докторант Виктория Джамбазка..... 277

ИНОВАЦИИ, ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ И ИНТЕЛИГЕНТНИ РЕШЕНИЯ В ТУРИЗМА И УСЛУГИТЕ

Концептуална рамка за адаптация на туристическата система в условията на дигитална трансформация
Проф. д-р Велина Казанджиева, доц. д-р Георгина Луканова..... 287

Ролята на изкуствения интелект в развитието на смарт туризъм
Доц. д-р Елена Илиева, Павел Нончев 300

Бъдещето на туризма в епохата на преходи: между дигиталното и автентичното
Доц. д-р Любка Илиева..... 310

Приносът на цифровите иновационни мрежи към регионалното развитие
Доц. д-р Евелина Парашкевова..... 322

Детерминанти на онлайн пазаруването на туристически продукти в България
Доц. д-р Симеонка Петрова..... 333

Влияние на дигиталната трансформация на туристическия пазар върху потребителското поведение
Доц. д-р Ваня Григорова..... 343

Иновационни възможности за развитие на туристическия бизнес – мрежови контекст
Доц. д-р Искра Пантелеева..... 353

Иновациите в контекста на туроператорската дейност
Доц. д-р Любомира Тодорова 363

Бариери пред дигиталната трансформация в хотелиерството: организационни, технологични и поведенчески аспекти
Гл. ас. д-р Галина Илиева 371

Ролята на дигитализацията в транспортното обслужване на туристите: нови технологии и приложения
Гл. ас. д-р Никола Гайдаров 381

Иновативни бизнес модели в хотелиерството: комбинация между лайфстайл, устойчивост и дигитално присъствие
Гл. ас. д-р Мира Джендова 390

Бизнес планиране в туризма в условията на изкуствен интелект – нови модели и предизвикателства
Гл. ас. д-р Маргарита Мишева 400

Иновационен модел за развитие на културния туризъм
Ас. д-р Йоана Константинова 412

От дигитална автоматизация към екосистемно управление: трансформация на бизнес моделите в хотелиерството
Докторант Агнес Бачева 420

Ролята на социалните мрежи при избора на туристическа дестинация сред младите хора
Студ. Павел Антонов Павлов 430

БИЗНЕС МОДЕЛИ, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО, ПАЗАРИ И БРАНДИНГ В ТУРИЗМА И СВЪРЗАНИТЕ ИНДУСТРИИ

Развитие на туристическата индустрия в контекста на съвременните предизвикателства
Проф. д-р Цанко Стефанов 439

Българската индустрия и технологичните предизвикателства
Доц. д-р Сергей Найденов, доц. д-р Добрин Ганчев 448

Креативно управление на туристическите преживявания като фактор за конкурентоспособност на туристическите предприятия
Гл. ас. д-р Кристина Шопова 456

Методът на критичната точка в туристическия сектор – възможност за ефективни решения
Гл. ас. д-р Росен Колев 464

За идеята на туризма в луксозната индустрия
Гл. ас. д-р Иво Велинов 474

Културният туризъм: между наследството, преживяването и мотивацията
Гл. ас. д-р Пламен Петров 482

Търговски аспекти на селския туризъм в България
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева 490

The Authenticity Paradox in the Age of Generative AI: Exploring the Impact of Synthetic Visual Content on Tourism Destination Branding
Ас. д-р Стелиана Василева 494

Бранд мениджмънт и корпоративна култура в многонационални компании в сектора на бизнес услугите
Докторант Петьо Божинов 503

Въздействие на дигиталните технологии върху трансформацията на туристическите предприятия
Докторант Теодора Попова 512

ХОТЕЛИЕРСТВО, РЕСТОРАНТЬОРСТВО И ТУРИСТИЧЕСКА АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ: МОДЕЛИ НА УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ

Спортната анимация като фактор в туристическия бизнес
Доц. д-р Стела Касабова, ст. преп. д-р Радослав Николов 523

Счетоводната информация – важен фактор за успешно управление на предприятията в ресторантьорството
Доц. д-р Галя Стоянова Иванова-Кузманова 530

Управление и развитие на туроператорския бизнес – практически аспекти на облагането по ЗДДС и отражението върху рентабилността
Гл. ас. д-р Лиляна Бърдукова 538

Inventory Accounting in Tourism-Related SMES in Cameroon: Challenges for Cost Control and Sustainable Business Models
PhD student Tognang Kouaya Pretta Noella Rosevale 549

Предизвикателства и възможности пред развитието на голф туризма в България
Докторант Ангел Ангелов 557

Устойчивите практики на туристическите агенции в община Варна
Докторант Христина Петрова 566

Кетъринг обслужването като фактор за конкурентоспособността на туристическите събития
Докторант Цветелина Петрова 575

Директните плащания по Общата селскостопанска политика като инструмент за устойчиво развитие на хотелиерството и ресторантьорството
Докторант Снежана Парушева-Ламбева 584

ОБРАЗОВАНИЕ, ЧОВЕШКИ КАПИТАЛ, ОРГАНИЗАЦИОННА КУЛТУРА, КРИЗИ И АДАПТИВНИ СТРАТЕГИИ ЗА УСТОЙЧИВОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ СИСТЕМИ

Знанието и неговото управление в контекста на туризма
Проф. д-р Любчо Варамезов, докторант Стела Маринова 599

В преход към приобщаване: туризмът като арена на промяна в условия на различие
Доц. д-р Теодора Кирякова-Динева 609

Музеите като неформална учебна среда
Доц. д-р Петя Иванова, докторант Цветелина Телбис 618

Влиянието на организационната култура върху иновационното представяне на туристическите предприятия
Гл. ас. д-р Надежда Стефанова 627

Practices for developing employer branding in Black Sea coastal tourism
Гл. ас. д-р Христина Филипова, хон. ас. Яна Донева 634

Свищов във впечатленията на посетителите на града (1878–1912)
Преп. д-р Емилия Вачева 643

Финансовата грамотност като фактор за устойчивост на туристическия сектор: структурни ограничения, рискови канали и инструменти за въздействие
Докторант Шенай Шемсиева Раимова 651

Re-thinking sport tourism through stronger physical education and local community engagement
PhD student Wael Mugrabi 665

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ТУРИЗМА НА БЪЛГАРИЯ

Стоян Маринов[1]
Икономически университет – Варна
https://orcid.org/0000-0002-3453-4452

Резюме: докладът анализира състоянието и основните предизвикателства пред туристическата индустрия на България чрез данни на World Travel & Tourism Council и Oxford Economics за периода 2019–2035 г. Изследването разглежда прекия принос на туризма към БВП и заетостта, както и производителността на труда в сравнение с конкурентни дестинации като Хърватия, Гърция и Турция. Данните показват силен спад на сектора през 2020 г. вследствие на пандемията COVID-19, последван от постепенно възстановяване и прогнозиран устойчив растеж до 2035 г.

Въпреки положителните тенденции, българският туризъм продължава да изостава по производителност на труда спрямо конкурентните държави и средното за ЕС. Основните проблеми са ниската добавена стойност, зависимостта от чуждестранни туристи, сезонността, слабата интеграция с местната икономика и високият дял на вносните стоки и услуги.

В доклада се предлагат насоки за повишаване конкурентоспособността на сектора чрез ограничаване на презастрояването, развитие на инфраструктурата, насърчаване на устойчивия вътрешен туризъм, инвестиции в кадри, иновации и дигитализация, както и развитие на специализирани туристически продукти с по-висока добавена стойност.

Ключови думи: туристическа индустрия, пътувания и туризъм, икономически принос, трудова заетост, производителност на труда.

Въведение

Всяка година World Travel & Tourism Council [WTTC] съвместно с Oxford Economics изготвя доклади (EIR) за икономическото въздействие на пътуванията и туризма върху БВП и върху заетостта в 184 държави/икономики и 28 географски или икономически региона в света.

Докладите (EIR) съдържат данни по основни показатели като: пряк и общ принос на пътуванията и туризма към БВП и към трудовата заетост, разходите на чуждестранните и вътрешните посетители в страната, разходите на ваканционните и деловите посетители, капиталовите инвестиции, държавните разходи и разходите на резидентите за изходящи пътувания.

Информацията на WTTC обхваща всички години от 2015 до момента плюс прогнози за текущата година и десетилетието до 2035 г. Наличните данни позволяват сравнителни анализи на туристическите сектори на отделни страни, региони, както и сравнения със средните за света стойности по различните показатели. (World Travel & Tourism Council, [WTTC], 2026-а)

[1] s.marinov@ue-varna.bg

По данни на WTTC през 2025 г. търсенето на пътувания и туризъм следва тенденцията на нарастване. Прекият принос на сектора към БВП нараства с 3,5% спрямо 2024г., достигайки 3,9 трилиона долара, надминавайки нивата от 2019 г. с 8,9%. Туристическата индустрия създава 4,6 милиона нови преки работни места, с което общият брой на пряко заетите достига 134,6 милиона в световен мащаб. Международните посетители продължават да пътуват, да пазаруват, да посещават забележителности и да се хранят навън, харчейки с 3,2% повече от предходната 2024г. и надхвърляйки с 1,5% нивото на разходите през предпандемичната 1019г. (World Travel & Tourism Council, 2026-b): Възниква въпросът какво е представянето на българския туризъм на фона на глобалната и регионална туристическа икономическа картина?

Обект на разглеждане в настоящия доклад е типичната туристическа индустрия на България. Предмет на изследване е прякото икономическо въздействие на туристическия сектор на България върху БВП и заетостта в страната. Целта на доклада е да се направи сравнителен анализ на производителността на труда в типичната туристическа индустрия на България и на тази основа да се очертаят проблемите и предизвикателствата в нейното развитие.

1. Производителност на труда в туристическата индустрия на България

Типичната туристическа индустрия, обхващаща пътуванията и туризма, е важен икономически сектор в повечето икономики по света. Безспорно е, че освен прякото си икономическо въздействие, туристическият сектор има значителни косвени и индуцирани въздействия. Одобрената от Световната организация по туризъм (UN Tourism) методология за измерване на икономическото въздействие на туризма чрез Сателитните сметки на туризма (TSA: RMF 2008) определя количествено само прекия принос на пътуванията и туризма. WTTC приема, че общият принос на пътуванията и туризма е по-широк и се стреми да обхване неговите косвени и индуцирани въздействия чрез своята усъвършенствана методология.

Настоящото изследване се фокусира върху прекия принос на туристическата индустрия за пътувания и туризъм към БВП като основа за определяне на производителността на труда на пряко заетите лица в туристическия сектор. Според методологията на WTTC/Oxford Economics (2025) прекият принос включва:

- „вътрешни“ разходи за пътувания и туризъм - общите разходи в рамките на дадена икономика за пътувания и туризъм от резиденти и нерезиденти на държавата за бизнес и ваканционни (развлекателни) цели;
- „индивидуални“ разходи на правителството - разходите на правителството за услуги, свързани с пътувания и туризъм, пряко свързани

с посетителите, като например културни посетители (напр. музеи) или посетители с цел рекреация (напр. национални паркове).

Прекият принос на типичната индустрия за пътуванията и туризма към БВП се пресмята така, че да е съвместим с продукцията на характерните за туризма подсектори, като хотелиерство, авиационен транспорт, летища, туроператори и туристически агенти, предприятия с услуги за отдих и развлечения, които работят директно с туристи.

Прекият принос на пътуванията и туризма към БВП се изчислява като от общите „вътрешни“ разходи се приспадат разходите за вътрешните и вносните покупки, направени от различните туристически предприятия.

Таблица 1
Пряк принос на туристическата индустрия към БВП по реални цени на 2024г. в млрд. щат. дол и пряка трудова заетост в туризма в България за периода 2019-2035г.

Показател	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2035
1. Разходи (износ) на чуждестранни посетители	6,8	2,5	3,3	4,2	4,7	4,5	6,0	8,1
2. Вътрешни разходи (разходи на резиденти, включително индивидуални държавни разходи)	0,9	0,7	0,9	1,1	1,1	1,2	1,3	1,6
3. Вътрешно туристическо потребление (= 1 + 2)	7,7	3,2	4,2	5,3	5,8	5,7	7,3	9,7
4. Покупки от доставчици на туристически услуги, включително вносни стоки (верига за доставки)	-4,9	-2,0	-2,6	-3,4	-3,7	-3,6	-4,6	-6,2
5. Пряк принос на пътуванията и туризма към БВП (= 3 + (- 4)	2,8	1,2	1,6	1,9	2,1	2,1	2,7	3,5
6. Пряк принос на пътуванията и туризма към заетостта (брой заети в хиляди)	109,0	79,1	84,1	91,3	98,6	105,4	111,2	131,4

Източник: WTTC-с

В таблица 1 са представени данните за прекия принос на туристическата индустрия към БВП в България по реални цени на 2024г. в млрд. щат. дол, както и данни за пряката трудова заетост в туризма в страната за периода 2019-2035г.[2]

Данните в таблица 1 показват основните тенденции на представяне на индустрията за пътувания и туризъм в България.

[2] Забележка: всички показани данни за 2025 г. и след нея са прогнозни (F).

Първо, силен спад през пандемичната 2020г. Всички показатели отбелязват рязко понижение спрямо 2019 г.:

- разходите (износът) на чуждестранните посетители в страната намаляват от 6,8 млрд. щ. д. на 2,5 млрд. щ. д. (спад с 64%);
- вътрешни разходи (разходите на резиденти, включително индивидуални държавни разходи)- спадат от 0,9 млрд. щ. д. до 0,7 млрд. щ. д.;
- целокупното вътрешно туристическо потребление за пътувания и туризъм като сума от първите два показателя намалява от 7,7 – 3,2 млрд. щ. д
- прекият принос към БВП намалява от 2,8 млрд. щ. д. до 1,2 млрд. щ. д.;
- пряката заетостта в туризма спада от 109 хил. души до 79,1 хил. души.

Спадът ясно отразява негативния ефект от пандемията COVID-19 върху международния и вътрешния туризъм.

Второ, постепенно възстановяване на туристическия сектор след 2021г.. Постигат се ежегодни ръстове по всички показатели:

- разходите (износът) на чуждестранните посетители в страната нараства от 3,2 млрд. щ. д. през 2021 г. до 6,0 млрд. щ. д. през 2025 г., но е под нивото от 6,8 млрд. щ. д. през 2019г.;
- вътрешното туристическо потребление достига 7,3 млрд. щ. д. през 2025 г., почти възстановявайки нивото от 7,7 млрд. щ. д. през 2019г.;
- прекият принос към БВП се увеличава от 1,5 млрд. щ. д. през 2021 г. до 2,7 млрд. щ. д. през 2025 г., изоставайки с 0,1 млрд. щ. д. от нивото през 2019г;
- заетостта достига 111,2 хил. души през 2025 г., което надхвърля равнището отпреди кризата.

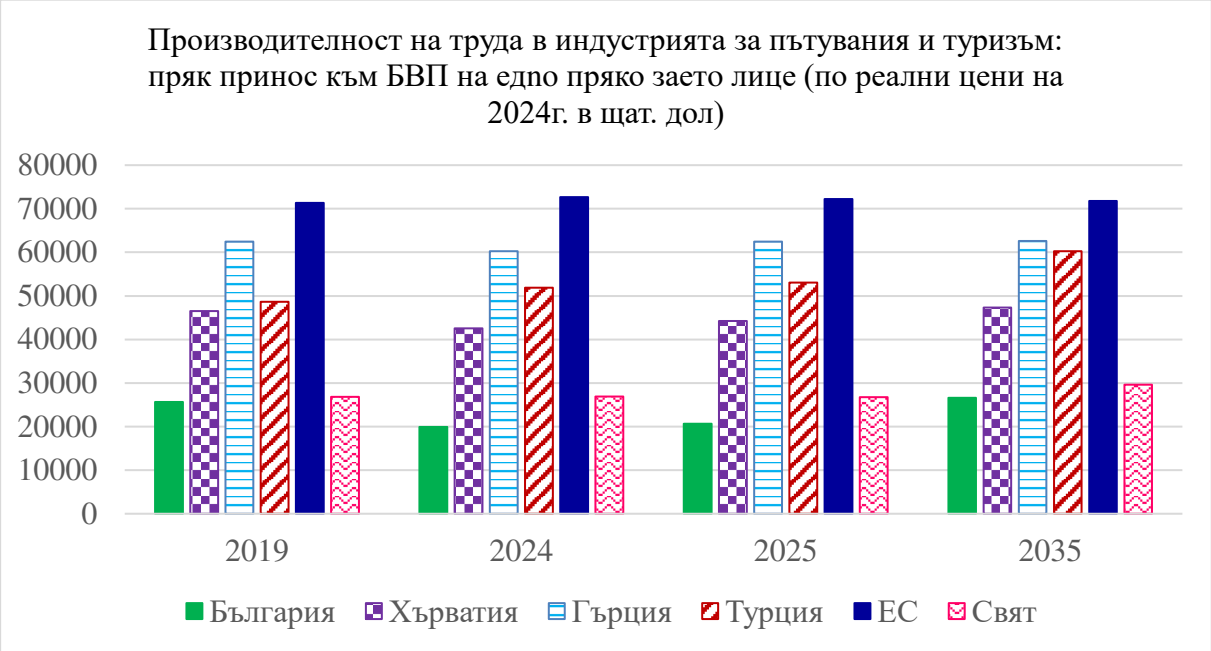
Данните сочат стабилизиране и възстановяване на туристическия сектор след кризата, но все още не са достигнати резултатите от предкризисната 2019г.

Трето, прогнозните данни за 2035 г. показват значителен растеж на туристическия сектор в страната:

- разходите (износът) на чуждестранните посетители в страната достига 8,1 млрд. щ. д.;
- вътрешното туристическо потребление нараства до 9,7 млрд. щ. д.;
- прекият принос към БВП достига 3,5 млрд. щ. д., което е с около 25% повече спрямо 2019 г;
- заетостта в туризма се очаква да достигне 131,4 хил. души.

Прогнозните стойности показват очаквания за устойчиво развитие на туристическата индустрия и увеличаване на нейното значение за българската икономика.

Изчислената по данни на WTTC производителност на труда в туристическата индустрия чрез пресмятане на прекия и принос към БВП на едно пряко заето лице по реални цени на 2024г. в щат. дол. за България и нейни конкурентни дестинации е представена на фиг. 1 и в таблица 2 и. За допълване на конкурентната картина в таблица 3 е представена структура на разходите за туризъм по местни и чуждестранни посетители и цел на посещението в четирите сравнявани дестинации.



Фигура 1. Производителност на труда в индустрията за пътувания и туризъм: пряк принос към БВП на едно пряко заето лице (по реални цени на 2024г. в щат. дол)

Източник: съставена от автора по данни на WTTC

Таблица 2
Производителност на труда в индустрията за пътувания и туризъм: пряк принос към БВП на едно пряко заето лице (по реални цени на 2024г. в щат. дол)

Година	България	Хърватия	Гърция	Турция	ЕС	Свят
2019	25688	46499	62438	48637	71382	26851
2024	19924	42526	60268	51906	72703	26923
2025	20683	44204	62462	53075	72246	26746
2035	26636	47290	62583	60279	71812	29611

Източник: изчисления на автора по данни на WTTC

Таблица 3
Структура на разходите за туризъм по местни и чуждестранни посетители и цел на посещението през 2025г.

Показател	България	Хърватия	Гърция	Турция
Съотношение на разходи за туризъм на чуждестранни посетители и местни посетители в %	79,0/21,0	85,4/14,6	67,2/32,8	64,7/35,3
Съотношение на разходи за туризъм на ваканционни посетители и делови посетители в %	65,4/34,6	94,3/5,7	93,4/6,6	93,3/6,7

Източник: WTTC-с

Предоставените данни очертават структурните проблеми и дългосрочните рискове пред развитието на туризма в България. Въпреки възстановяването след пандемията, секторът продължава да изостава спрямо основните конкурентни дестинации в региона – Хърватия, Гърция и Турция – както по производителност, така и по структура на туристическото потребление и икономическа ефективност.

Най-сериозното предизвикателство е **ниската производителност на труда** в туристическия сектор. Прекият принос към БВП на едно заето лице в България е 20683 USD през 2025 г., при 44204 USD в Хърватия, 62462 USD в Гърция, 53075 USD в Турция и 72246 USD средно за ЕС.

Изводите, които се налагат са:

- производителността в българския туризъм е над 3 пъти по-ниска от средната за ЕС;
- България не успява да генерира висока добавена стойност от едно заето лице;
- секторът остава ориентиран към масов, нискобюджетен и ценово чувствителен туризъм.

Показателно е, че дори през 2035г. прогнозната производителност на България (26 636 USD) остава под средното световно равнище (29 611 USD).

Детайлният анализ на данните и на информацията от налични изследвания на туристическата практика в България разкрива някои от причините за драстичното изоставане на страната по производителност на труда в сравнение със своите конкуренти. (Маринов, С., Алексиева, С., Илиева, И., Илиева, Г., Филипов, Г., 2026).

Първо, слабо възстановяване след КОВИД 19 и силна зависимост от вносни стоки.

Едва през 2025г. секторът достига и надхвърля предпандемичните нива на производителност на труда от 2019 г.. В същото време вътрешното туристическо потребление през 2025 г. е 7,3 млрд. USD, но 4,6 млрд. USD „изтичат“ към доставчици и вносни стоки. Значителна част от туристическите разходи не остава в българската икономика. Туристическият сектор има нисък мултипликационен ефект. Зависимостта от вносни продукти,

енергия и външни доставки намалява реалната полза за икономиката. Налице е ниска степен на интеграцията между туризма, земеделието, хранителната индустрия, транспорта и културните индустрии. Констатира се забавено внедряване на иновации и дигитализация за намаляване на ниско квалифицирания труд, особено в хотелиерството. (Илиева, Г., 2026)

Второ, силна зависимост от чуждестранни туристи.

Структурата на туристическите разходи показва, че 79% от разходите за туризъм в България идват от чуждестранни посетители и само 21% – от местни туристи. Зависимостта прави сектора уязвим към международни кризи, зависим от геополитически процеси, чувствителен към инфлация, войни, енергийни цени и транспортни ограничения. За сравнение Турция и Гърция имат значително по-силен вътрешен туристически пазар. България не е развила достатъчно устойчив вътрешен туризъм и разчита прекомерно на сезонни външни пазари.

Трето, прекомерна зависимост от ваканционния туризъм.

Разходите на ваканционните посетители формират 65,4% от всички туристически разходи, докато деловият туризъм достига 34,6%. На пръв поглед деловият туризъм има сравнително висок дял, но това по-скоро отразява недостатъчно развитие на класическия ваканционен продукт и ниски средни разходи на масовите туристи. България продължава да бъде силно сезонна дестинация, концентрирана основно в морския и зимния туризъм. Основните проблеми са кратък туристически сезон, неравномерно териториално развитие и недостатъчно развитие на специализираните видове туризъм - културен туризъм, СПА и уелнес туризъм, медицински туризъм, винен и гастрономически туризъм.

Четвърто, конкурентен натиск от регионалните дестинации

Сравнението с Хърватия, Гърция и Турция показва, че конкурентите реализират значително по-висока добавена стойност, привличат по-платежоспособни туристи, развиват по-силни туристически марки, предлагат по-диверсифицирани продукти.

Турция комбинира ниски цени с високо качество и инвестира агресивно в инфраструктура, маркетинг и авиосвързаност. Гърция и Хърватия успяват да позиционират туризма си в по-висок ценови сегмент. България остава в междинна позиция - конкурира се предимно чрез цена, а не чрез качество и уникално преживяване.

2. Насоки за посрещане на предизвикателствата пред туризма в България

Анализът на данните показва, че туризмът в България има потенциал за растеж, но моделът му на развитие остава сравнително нискоефективен и уязвим. Основният проблем не е липсата на туристи, а ниската икономическа ефективност на сектора.

Преходът към туризъм с по-висока добавена стойност, по-високо качество и по-добра производителност, който да доближи България до конкурентните средиземноморски дестинации и средните европейски стандарти включва поне десет основни политики на национално и регионално равнище.

Първо, спиране на презастрояването и екологичната деградация на морските и планинските туристически места и главно в националните курорти. Прекомерното строителство по крайбрежието, унищожаването на природни зони, дюни и зелени площи води до загуба на природна привлекателност, влошаване качеството на околната среда, свръх-предлагане на леглова база и намаляване конкурентоспособността на дестинацията.

Второ, развитие на свързаната с туризма инфраструктура. Изграждането на модерна и качествена транспортна, ВиК и градската инфраструктура ще реши острите проблеми със задръстванията, недостиг на паркоместа, претоварване на водоснабдителни и канализационни системи, лошата свързаност между курортите, критични летните натоварвания на пътните артерии около Варна и Бургас.

Трето, реализиране на мероприятия срещу последствията от климатични промени и ерозията на крайбрежието и планинските склонове. Предотвратяване на ерозирането на плажовете, наводненията и свлачищата е дългосрочно стратегическо предизвикателство за устойчивото развитие на туристическите места в страната.

Четвърто, управление на отпадъците и мероприятия срещу замърсяването. През летния сезон в морските ни курорти се наблюдава замърсяване на плажовете, недостатъчен капацитет на съоръженията за събиране и почистване на отпадъци, замърсяване на морските води. Подобни явления влияят негативно върху имиджа на дестинацията.

Пето, създаване на качествени туристически кадри в съответствие с потребностите на туристическата практика. Предизвикателството предполага промяна на държавното финансиране на средното и висшето образование по туризъм, както и преосмисляне на учебните планове, учебните програми и учебните практики.

Шесто**,** намаляване на силно изразената сезонност на туристическия продукт на дестинацията чрез развитие на специализираните видове туризъм - конгресен туризъм, СПА и уелнес, културен и събитиен туризъм.

Седмо, създаване на система за развитие на устойчив вътрешен туристически пазар с цел намаляване на зависимостта от чуждестранните пазари в съвременните условия на геополитически и военни кризисни ситуации.

Осмо, подкрепа на иновациите, дигитализацията и автоматизацията в туристическите дейности за намаляване на силната зависимост от нискоквалифициран и евтин труд.

Девето, насърчаване на интеграцията между туризъм, култура и местна икономика. Доминиращата през годините формула на предлагане „всичко включено в цената“ изолира до голяма степен функционирането на курортите от местните общности, културното наследство и местното производство. На тази основа се пропускат възможности за създаване на автентични преживявания за гостите, развитие на местния бизнес и практикуване на видове туризъм в четири сезона.

Десето, осъществяване на достатъчен и правилно целенасочен международен маркетинг и бранд позициониране на дестинация България и на нейните курорти. Преодоляване на фрагментираната реклама и засилване на сегментно прецизирания дигитален маркетинг с цел успешно позициониране на водещите емитивни пазари..

Заключение

Направеният анализ показва, че туризмът в България има значителен потенциал за растеж, но развитието му остава нискоефективно и силно уязвимо към външни кризи. Основният проблем не е липсата на туристи, а ниската производителност и ограничената добавена стойност, която секторът създава за националната икономика.

Изводът е, че България изостава спрямо конкурентни дестинации като Гърция, Хърватия и Турция по качество на туристическия продукт, икономическа ефективност и устойчивост на развитието. Необходим е преход от модел, основан предимно на масов и сезонен туризъм, към туризъм с по-висока добавена стойност на основата на по-добра инфраструктура, устойчиво управление на ресурсите, квалифицирани кадри и диверсифицирани туристически продукти. Само чрез подобна стратегическа трансформация България може да повиши конкурентоспособността на своята туристическа индустрия и да се доближи до европейските стандарти за качество и ефективност.

Използвана литература

Илиева, Г. (2026) Дигитални трансформации в хотелиерството. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“.

Маринов, С., Алексиева, С., Илиева, И., Илиева, Г., Филипов, Г. (2026). Програма за устойчиво развитие на туризма в община Несебър 2026-2035г. Варна: ФИЛ.

World Travel & Tourism Council (2026- a). Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR) // https://researchhub.wttc.org/category/economic-impact

World Travel & Tourism Council (2026-b): Interactive Economic Impact Dashboard. Key Highlights: Worlds. Travel & Tourism Impacts 2025 // (https://researchhub.wttc.org/dv-dashboard)

World Travel & Tourism Council (2026-c): Travel & Tourism Economic Impact 2025. Bulgaria, Croatia, Greece, Turkiye (https://researchhub.wttc.org)

WTTC/Oxford Economics (2025) Travel & Tourism Economic Impact Research Methodology, May 2025 // (https://drive.google.com/file/d/14aYwvX8xmwkyzgEp5OA9mU9JPt1QiOZJ/view)

CHALLENGES FACING TOURISM IN BULGARIA

Stoyan Marinov[3]
University of Economics – Varna
https://orcid.org/0000-0002-3453-4452

Abstract: This paper analyzes the current state and the main challenges facing Bulgaria's tourism industry using data from the World Travel & Tourism Council and Oxford Economics for the period 2019–2035. The study examines the direct contribution of tourism to GDP and employment, as well as labor productivity in comparison with competing destinations such as Croatia, Greece, and Turkey. The data indicate a sharp decline in the sector in 2020 as a result of the COVID-19 pandemic, followed by a gradual recovery and projected sustainable growth until 2035.

Despite these positive trends, Bulgarian tourism continues to lag behind competing countries and the EU average in terms of labor productivity. The main challenges include low value added, dependence on foreign tourists, seasonality, weak integration with the local economy, and a high share of imported goods and services.

The paper proposes directions for enhancing the sector's competitiveness, including limiting overdevelopment, improving infrastructure, promoting sustainable domestic tourism, investing in human capital, innovation and digitalization, and developing specialized tourism products with higher added value.

Keywords: tourism industry; travel and tourism; economic contribution; employment; labor productivity.

[3] s.marinov@ue-varna.bg