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

ИЗСЛЕДВАНЕ НА НАГЛАСИТЕ КЪМ ЕКОЛОГОСЪОБРАЗНИТЕ РЕШЕНИЯ В ТУРИЗМА

Павлин Павлов[1]
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
ORCID 0000-0002-2531-5688

Резюме: Основна цел на настоящия доклад е да се проучат и анализират потребителските и бизнес нагласите към екологосъобразните решения в туризма и да се представят добри практики в тази насока. Докладът се състои от две части. В първата се разглежда международни измерения на нагласите към екологосъобразните решения в туризма. В рамките на втората част се анализират нагласите към екологосъобразните решения в туризма в България. Използвани са общонаучни методи като анализ, синтез, индукция, дедукция и др. Основните резултати от изследването сочат, че определена част от потребителите на туристически услуги и туристическия бизнес са заинтересовани от прилагането на екологосъобразни решения и полагат усилия за опазване на околната среда. Налице е перспектива за възприемане на екологичното мислене от по-широк кръг заинтересовани лица в сферата на туризма.

Ключови думи: туризъм, потребители, бизнес, екологосъобразни решения, нагласи.

Въведение

Екологизирането на туристическия сектор е процес, включващ всички участници по веригата – от отделния турист до всяко едно туристическо предприятие. Основната задача на този процес е да се сведе до минимум отрицателното въздействие на туристическите дейности върху околната среда. Поради това екологизацията се счита за многоаспектна дейност, която изисква разработването и прилагането на екологосъобразни решения. Основа за постигането на екологичен баланс е анализа на нагласите на потребителите и бизнеса към прилагането на екорешения на международно и национално равнище.

1. Международни измерения на нагласите към екологосъобразните решения в туризма

Реалните международни измерения на нагласите към екологосъобразните решения в туризма могат да бъдат проучени основно, чрез изследвания базирани на редица показатели. В този контекст платформата Booking провежда ежегодни изследвания сред своите потребители по отношение на екорешенията в сферата на туризма (Booking, 2022) (Booking, 2023)

[1] p.pavlov@uni-svishtov.bg

(Booking, 2024) (Booking, 2025) (Booking, 2026). Анализът на данните от тези проучвания за периода 2022 – 2026 г. дава възможност да се изведат редица ключови показатели за нагласите към екологичната устойчивост в туризма. За по-ясното съпоставяне на потребителските и бизнес нагласите към решенията с екологичен характер ще приложим подход, при който на първо място ще откроим вижданията на ползващите туристически услуги, а след това на туристическия бизнес.

Потребителски нагласи към екологосъобразните решения в туризма

В международен мащаб приблизително 80% от потребителите на Booking посочват, че имат намерение да използват услугите на места за настаняване, които реализират дейността си по устойчив начин, т.е. прилагат екоефективни решения. Прави впечатление, че 46% от туристите вече са реализирали поне един престой в устойчиви места за настаняване. Причините за това варират, но сред най-често посочваните се открояват:

- желание да спомогнат за намаляване на собственото им въздействие върху околната среда
- желание за опазване на природните дадености на местата, които посещават, с оглед на по-пълноценно туристическо преживяване
- убеденост, че устойчивите места за настаняване допринасят към екологичното благосъстояние и природното равновесие.



Фигура 1. Причини за използване на услугите на устойчиви места за настаняване

Източник: фигурата е съставена от автора по данни от Booking

Данните от предходната фигура извеждат на преден план с 41% желанието на туристите да спомогнат за намаляване собственото им въздействие върху околната среда.

В контекста на непрекъснатите климатични промени отговорността на туристите стават все по-голяма, което се изразява в търсенето на по-екологосъобразни начини за реализиране на туристическо пътуване – от настаняването до избора на транспорт. Поради тази причина те желаят да получат гаранции, че тяхното пътуване ще се осъществи по възможно най-устойчив начин. Това се изразява в следното:

- мястото за настаняване, в което изберат да отседнат, да притежава сертификат или етикет за природосъобразност и устойчивост
- възможност да филтрират опциите си за резервация по множество критерии, включително сертификат за устойчивост
- наличие на повече информация относно критериите и опциите за устойчивост.



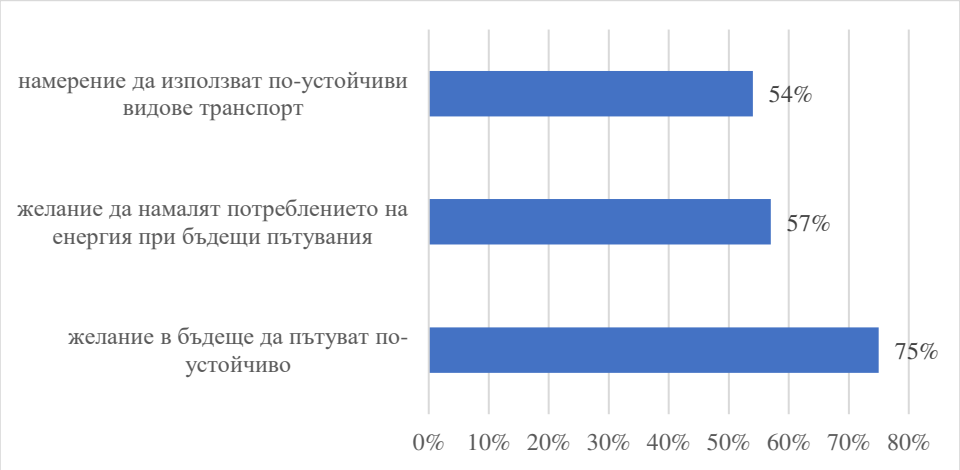
Фигура 2. Гаранции за устойчивост на пътуването

Източник: фигурата е съставена от автора по данни от Booking

Информацията от фигура 2 откроява с почти еднакъв дял наличието на информация относно критериите и опциите за устойчивост с 69%, и наличието на сертификат за природосъобразност с 65%.

Позитивните намерения на пътуващите намират израз в следните направления:

- желание в бъдеще да пътуват по-устойчиво
- желание да намалят потреблението на енергия при бъдещи пътувания
- намерение да използват по-устойчиви видове транспорт.

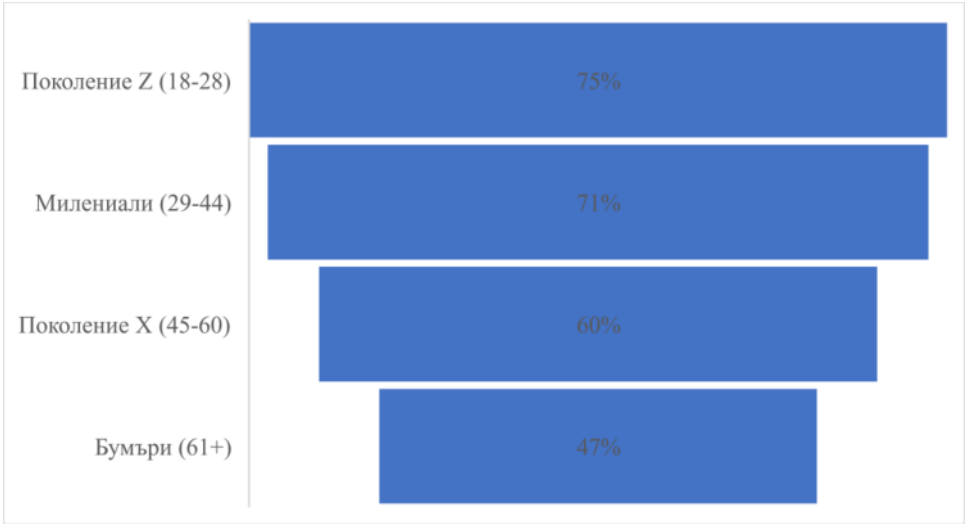


Фигура 3. Намерения на пътуващите

Източник: фигурата е съставена от автора по данни от Booking

Както е видно от фигура 3, туристите имат ясно изразени намерения относно начина, по който реализират своите пътувания. Като най-важно изпъква желанието да пътуват по-устойчиво (75%).

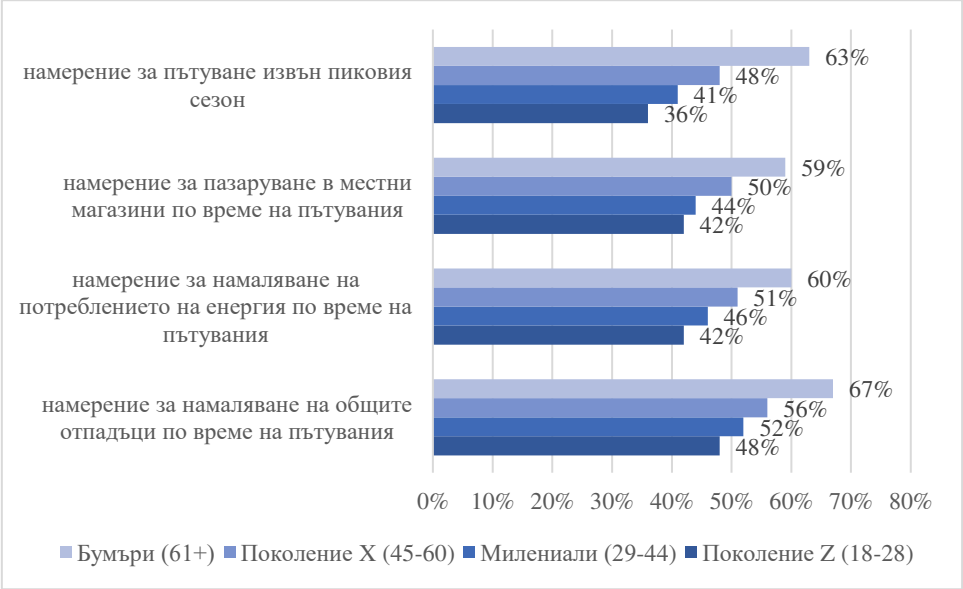
По отношение на потребителските нагласи към екологосъобразните решения в туризма в интернационален план съществено впечатление прави разликата в поколенията. По-младите изразяват ясно откроващи се намерения за пътувания съобразени с околната среда, но предприемат по-малко практически действия. От друга страна по-възрастните поколения проявяват по-висока ангажираност, чрез ясно и конкретно поведение. Този дисбаланс е ярко изразен и може да бъде проследен на следващата фигура.



Фигура 4. Намерение на поколенията за осъществяване на по-екологосъобразно пътуване

Източник: фигурата е съставена от автора по данни от Booking

В детайли дисбалансът, произтичащ от горната фигура по отношение на няколко основни показателя е представен по-долу.



Фигура 5. Дисбаланс в намеренията на поколенията за принос, чрез конкретни решения, към екологосъобразността в туризма

Източник: фигурата е съставена от автора по данни от Booking

Данните от фигура 5 представят съвсем ясно превеса в намеренията на по-възрастните поколения, подплатен с по-висока ангажираност, намираща израз в конкретно екологично поведение.

Нагласи на туристическия бизнес към екологосъобразните решения в туризма

Към средата на 2026 г. в Booking са регистрирани над два милиона места за настаняване по целия свят. От тях едва 28 000 са сертифицирани за реализиране на дейността им по екологичен начин[2]. В процентно отношение сертифицираните спрямо общия брой са около 1,5%. Въпреки ниската стойност на годишна база се забелязва увеличение с 22% на притежаващите сертификати, което е значителен напредък.

Разглеждайки туризма в най-типичните му форми (зимен и летен) примери за хотели със сертификати за устойчивост могат да бъдат дадени с Norefjell Ski & Spa и хотелиерската верига Mediterranean hotels.

Norefjell Ski & Spa е локализиран в Норвегия, сертифициран е по ISO14001 и прилага редица решения свързани с опазване на околната среда. Сред тях са (Norefjell Ski & Spa, 2026):

[2] Booking.com се ангажират да направят устойчивото пътуване по-лесно за всички. Като част от този ангажимент местата за настаняване със сертификати за устойчивост, издадени от трети страни се маркират. Поставя се етикет с надпис „Природосъобразен сертификат“ или „Sustainability certification“, който се показва до местата за настаняване, чиито усилия за устойчивост са сертифицирани от трета страна, която е призната от платформата.

- почистването на стаите по време на престоя на гостите се извършва само, ако те изрично са заявили това.
- основно се използва споделен транспорт
- за отоплението се използват възобновяеми енергийни източници
- пести се електроенергия, чрез използването на различни технологични решения
- хотелът е заменил химикалите с озонирана вода за почистване и дезинфекция, като по този начин е спасил околната среда от големи количества токсични емисии и пластмасови отпадъци
- премахнато е използването на изделия за еднократна употреба и др.

Mediterranean hotels са локализирани в Гърция и са сертифицирани по утвърдените програми „Син флаг“ и „Зелен ключ“. Хотелиерската верига е разработила и прилага план за действие за околната среда в няколко области, които са (Mediterranean Hotels, 2026):

- подпочвен слой
- море и брегова линия
- хигиена
- природна среда и флора и фауна
- рециклиране
- водни ресурси
- енергия
- екологично образование

2. Изследване на нагласите към екологосъобразните решения в туризма в България

При изследването на нагласите към екологосъобразните решения в туризма в България, чрез подхода приложен в предходния параграф могат да се изведат съответните тенденции. Мащабно научно изследване свързано с иновациите и конкурентоспособността в туристическия бизнес в България, засягащо и въпросите свързани с екологосъобразните решения, е проведено от научноизследователски екип през периода 2023-2024 г. (Божинова, Илиева, Тодорова, Павлов, & Константинова, 2024). Настоящата разработка анализира събраните данни, като включва и допълнителни източници, за да очертае нагласите на бизнеса и потребителите към екологосъобразните решения в българския туризъм.

Потребителски нагласи към екологосъобразните решения в туризма в България

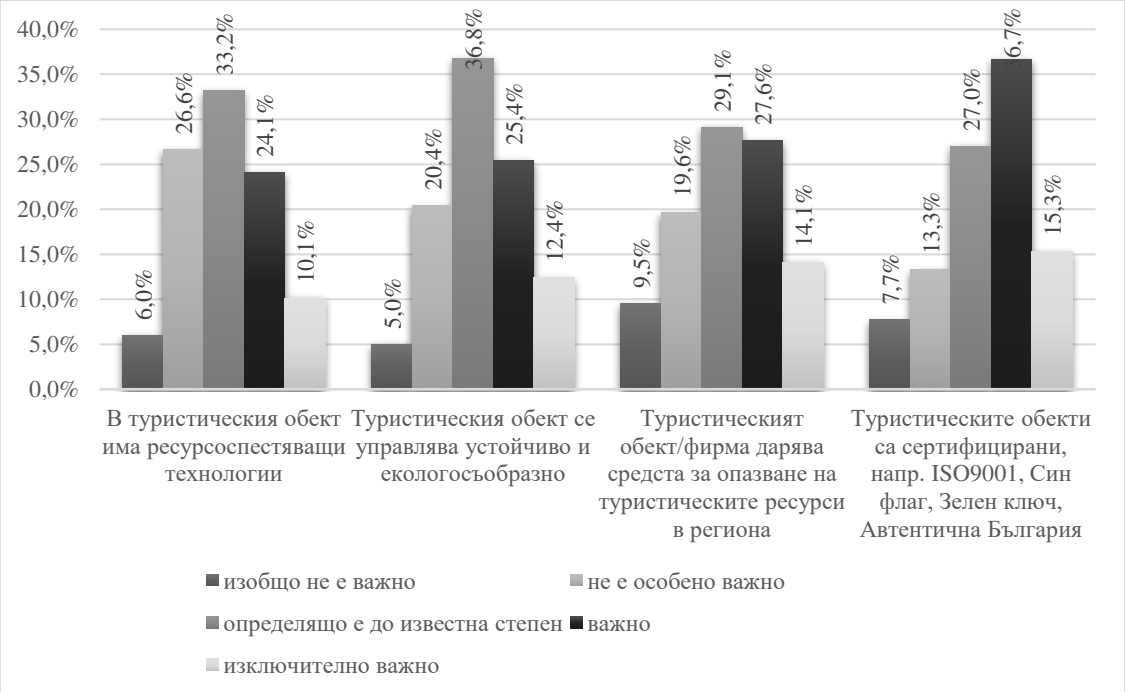
Екологосъобразното мислене и поведение се формират най-вече - чрез промяна и надграждане на собственото мислене, както и чрез обучения или налагане на различни норми. Това се потвърждава от анкетираните

потребители, които посочват, че през последните години тяхното туристическо поведение е претърпяло промяна, в посока повишаване на интереса към прехода към зелена икономика на пътуванията и туризма. По този начин в дългосрочен времеви аспект се формират условия за ускоряване на устойчиво развитие по отношение на опазване на околната среда (Pavlov, Slaveva, Nikolova, & Petrova, 2024).

Респондентите отбелязват, че в посетените от тях туристически обекти най-често срещаните иновации са именно с екологичен характер. Сред най-посочваните екоиновации са: прилагане на ресурсоспестяващи технологии; водопречиствателни станции; пълно или частично използване на екопродукти и др.

За определящи при избора на туристическа услуга се посочват редица критерии. Като основни анкетираните посочват:

- екосертификацията
- даряване на средства за опазване на местните туристически ресурси
- устойчиво и екологосъобразно управление
- ресурсоспестяващи технологии.



Фигура 6. Критерии определящи избора на туристическа услуга

Източник: фигурата е съставена от автора

Както е видно от фигура 6 с отговор „изключително важно“ с най-висок процент (15.3%) е отбелязан критерия, че „туристическите обекти са сертифицирани (напр. ISO 9001, Син флаг, Зелен ключ, Автентична България и др.), а с най-нисък дял (10.1%) при този отговор е, че в туристическия обект има ресурсоспестяващи технологии. При опцията „важно“,

разпределението е почти равномерно. Като водещ отговор изпъква отново, че туристическите обекти са сертифицирани (36.7%).

Възможността за отговор „определящо до известна степен“ показва, че най-много предпочитания - 36.8% се дават на това, че туристическият обект се управлява устойчиво и екологосъобразно. С почти 10% по-надолу е най-малко избираният критерии, свързан със сертифицирането.

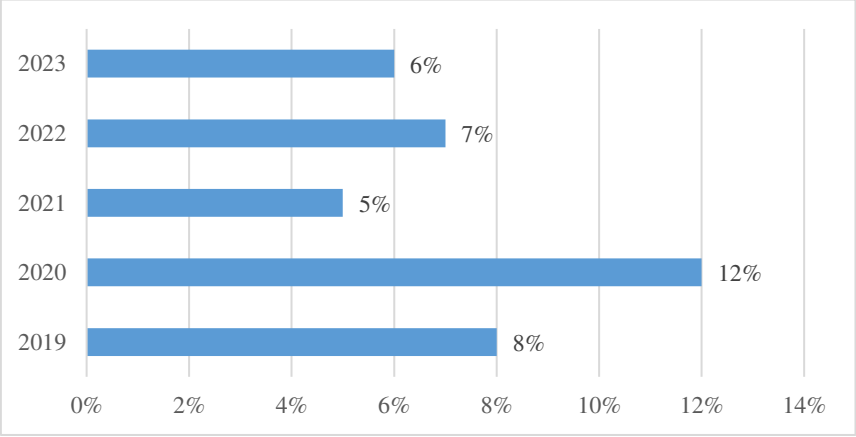
При отговора „не е особено важно“ на първо място, с 26.6%, е поставен критерия, че в туристическия обект има ресурсоспестяващи технологии, а с 13.3% на последно място е поставена сертификацията на туристическите обекти.

Отговорите в секцията „изобщо не е важно“ поставят като водещ критерия, че туристическият обект дарява средства за опазване на туристическите ресурси в региона (9.5%). На последно място респондентите класират с 5% критерия, че туристическият обект се управлява устойчиво и екологосъобразно.

Прави впечатление, че всички отговори отдават предпочитания на посочените критерии в различна степен. Въпреки това, независимо от поставената степен на важност, всички имат своята тежест при избора на туристическа дестинация.

Нагласи на туристическия бизнес към екологосъобразните решения в туризма в България

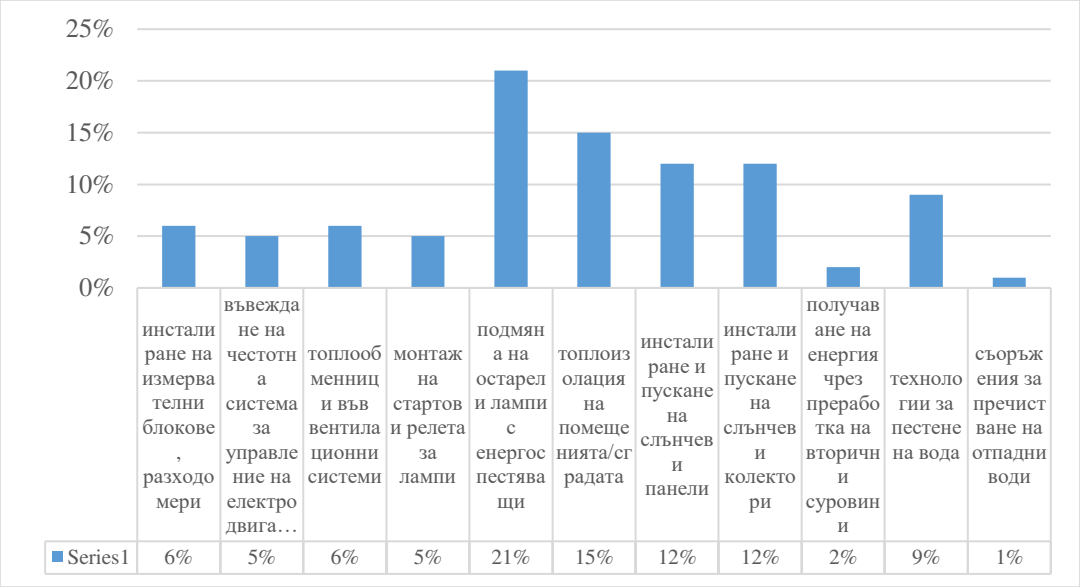
Туристическият бизнес посочва, че най-често внедряваните екологосъобразни решения, са: ресурсоспестяващи технологии; изграждане на водопречиствателни станции; използване на екологично чисти продукти. В този контекст за периода 2019–2023 г. обема на тези решения варира от 5% до 12%. Въпреки флуктуациите тенденцията е положителна. Средният темп за периода е 7,6%, което предполага че при последваща актуализация на данните за петгодишен срок вероятно процента ще варира между седем и осем.



Фигура 7. Въведени екологосъобразни решения през периода 2019–2023

Източник: фигурата е съставена от автора

По отношение на екологосъобразността в туристическите организации особен интерес представляват използваните ресурсоспестяващи системи. С най-голям дял изпъкват подмяната на остарели лампи с енергоспестяващи (21%), топлоизолацията (15%) и въвеждането в експлоатация на слънчеви панели/колектори (12%), следвани от технологии за пестене на вода (9%).



Фигура 8. Използвани ресурсоспестяващи системи

Източник: фигурата е съставена от автора

Прави впечатление, че към средата на 2026 г. в Booking са регистрирани 17504 места за настаняване в България. От тях едва 27 са сертифицирани за реализиране на дейността им по екологичен начин[3]. В процентно отношение сертифицираните спрямо общия брой са около 0,15%, което е много ниска стойност и предполага засилване на усилията в тази посока.

Разглеждайки туризма в най-типичните му форми (зимен и летен) примери за хотели със сертификати за устойчивост могат да бъдат дадени с Кемпински Хотел Гранд Арена и Aqua Paradise Resort & Aqua Park.

Кемпински Хотел Гранд Арена е локализиран в Банско. В хотела като част от международна верига се прилагат редица екологосъобразни решения, като усилията са концентрирани в конкретни области свързани с целите на устойчивото развитие. Те са (Kempinski Hotels, 2024):

- Цел 3: Добро здраве и благополучие
- Цел 6: Чиста вода и санитарно-хигиенни условия
- Цел 7: Достъпна и чиста енергия
- Цел 11: Устойчиви градове и общности

[3] Спрямо критериите на Booking.

- Цел 12: Отговорно потребление и производство
- Цел 13: Борба с климатичните промени
- Цел 14: Живот под водата
- Цел 15: Живот на земята
- Цел 17: Партньорства за целите

Aqua Paradise Resort & Aqua Park е хотелски комплекс локализиран в с. Равда в непосредствена близост до гр. Несебър. В комплекса се прилага екологична политика, която включва множество дейности свързани с: пестене на енергия и вода, намаляване на отпадъците, сътрудничество с местни доставчици и др. (Aqua Paradise Resort & Aqua Park, 2026).

Заключение

Проучените и анализирани потребителски и бизнес нагласи към екологосъобразните решения в туризма дават основание да се изведат следните заключения:

Първо – в международен аспект са налице позитивни тенденции по отношение на екологосъобразните решения в туризма. Това се потвърждава от факта, че значителен дял от потребителите имат намерение да използват услугите на устойчиви места за настаняване, а не малка част от тях вече използват за отсядане при пътуванията си именно такива места. В този контекст туристическия бизнес също има своя принос. Това се обосновава с увеличението с 22% на хотелите, притежаващите сертификати за природосъобразност.

Второ – в национален план в България по отношение на екорешенията в туризма също се забелязват положителни нагласи. При избора си на туристическа услуга потребителите разчитат на наличието на няколко основни показателя, сред които: наличие на екосертификат, устойчиво и екологосъобразно управление, и др. Туристическият бизнес също полага усилия, което се потвърждава от местата за отсядане, които са обозначени с етикет за устойчивост в Booking.

Трето – обобщените резултати от изследването показват, че потребителите на туристически услуги и туристическият бизнес са заинтересовани от прилагането на екологосъобразни решения и предприемат действия за опазване на околната среда. За постигането на по-голямо екологично въздействие е необходимо да се разшири кръгът от заинтересовани страни в туристическия сектор, предприемащи реални мерки и внедряващи устойчиви практики.

Използвана литература

Aqua Paradise Resort & Aqua Park. (2026). *Environmental Policy*. Изтеглено на 2026 от https://aquaparadiseresort.bg/

Booking. (2022). *Sustainable travel report.* Изтеглено на 2026 от https://www.booking.com/
Booking. (2023). *Sustainable travel report.* Изтеглено на 2026 от https://www.booking.com/
Booking. (2024). *Sustainable travel report.* Изтеглено на 2026 от https://www.booking.com/
Booking. (2025). *Sustainable Travel Report.* Изтеглено на 2026 от https://www.booking.com/
Booking. (2026). *Sustainable Travel Report.* Изтеглено на 2026 от https://www.booking.com/
Kempinski Hotels. (2024). *Environmental, Social & Governance (ESG) Report.* Изтеглено на 2026 от https://www.kempinski.com/bg/hotel-grand-arena
Mediterranean Hotels. (2026). *The program to protect the environment*. Изтеглено на 2026 от https://mediterraneanhotels.gr/
Norefjell Ski & Spa. (2026). *Miljø og bærekraft*. Изтеглено на 2026 от https://norefjellskiogspa.no/
Pavlov, P., Slaveva, K., Nikolova, M., & Petrova, M. (2024). Localization of tourist business in the rural territory of Bulgaria. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development, 24*(2), 753-761.
Божинова, М., Илиева, Л., Тодорова, Л., Павлов, П., & Константинова, Й. (2024). *Повишаване конкурентоспособността на туристическия сектор в България чрез внедряване на иновации.* Свищов: АИ Ценов.

RESEARCH ON ATTITUDES TOWARDS ENVIRONMENTALLY FRIENDLY SOLUTIONS IN TOURISM

Pavlin Pavlov[4]
D. A. Tsenov Academy of Economics
ORCID 0000-0002-2531-5688

Abstract: The main objective of this report is to study and analyze consumer and business attitudes towards environmentally friendly solutions in tourism and to present good practices in this direction. The report consists of two parts. The first part examines international dimensions of attitudes towards environmentally friendly solutions in tourism. The second part analyzes attitudes towards environmentally friendly solutions in tourism in Bulgaria. General scientific methods such as analysis, synthesis, induction, deduction, etc. were used. The main results of the study indicate that a certain part of consumers of tourism services and the tourism business are interested in the implementation of environmentally friendly solutions and make efforts to protect the environment, respectively, there is a prospect for the adoption of ecological thinking by a wider range of stakeholders in the field of tourism.

Keywords: tourism, consumers, business, environmentally friendly solutions, attitudes.

[4] p.pavlov@uni-svishtov.bg