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

ХРАНАТА КАТО ВАЖЕН КОМПОНЕНТ НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕЖИВЯВАНЕ

Илияна Кръстева[1]
Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов
ORCID 0009-0003-4065-2054

Резюме: В днешно време храната придобива съвременно значение и се утвърждава като основен стимул за пътувания. Това се дължи главно на променената потребителска нагласа, според която качеството на добрата храна е пряк отразител на стандарта на живот и лично благополучие. Всеки турист изявява ясно предпочитание към автентични и регионални ястия, приготвени по традиционни рецепти, които олицетворяват местната култура и носят духа на дестинацията. *Основната цел* на настоящата разработка е да се очертае значимостта на храната като важен компонент на туристическото преживяване. В тази връзка се изясняват същността и значението на кулинарния и хранителния туризъм, взаимовръзката между храната, селското стопанство и туризма. Посочват се конкретни примери за успешни дестинации за агротуризъм на български ферми и земеделски производители, които създават истинска чиста храна и биологични продукти, вдъхновени от природата, културата и традициите на България.

Ключови думи: храна, кулинарен туризъм, туристическо преживяване.

Въведение

Качествената храна е от решаващо значение за изграждането на позитивен имидж и конкурентоспособност на българския туристически продукт. Съвременните туристи предпочитат автентични и местни храни, приготвени по традиционни български рецепти, характерни за определена дестинация. Храната като продукт на селскостопанското производство и възможност за добавена стойност от селскостопанските дейности е основен компонент в структурата на агротуристическия продукт. В тази връзка през последните години производството на здравословни хранителни продукти се превърна в обща инициатива и важна необходимост за повишаване качеството на живот в областта на селското стопанство и туризма.

В този контекст ***основната цел*** на публикацията е да се очертае *значимостта на храната като важен компонент на туристическото преживяване.* Във връзка с това се изясняват *същността и значението на кулинарния и хранителния туризъм, взаимовръзката между храната, селското стопанство и туризма*. Посочват се конкретни *примери за успешни дестинации за агротуризъм на български ферми и земеделски производители*, които създават истинска чиста храна и биологични продукти, вдъхновени от природата, културата и традициите на България.

[1] i.krasteva@uni-svishtov.bg

1. Същност и значение на „кулинарния“ и „хранителния“ туризъм

При изясняване същността на кулинарния туризъм е необходимо да се прави разлика между българската и англоезичната терминология. В английската литература понятието ***„кулинарен туризъм“*** (*culinary tourism*) се разглежда като подвид на по-широкото понятие ***„хранителен туризъм“*** (*food tourism*), свързан с умерен интерес към храната. Докато в българската литература двата термина се препокриват и доста често се употребяват като синоними за описване на интереса към местна храна или култура в даден регион. Макар да се определя като вид културен туризъм, кулинарният туризъм е в тясна симбиоза с агротуризма. Тяхната дълбока връзка се обуславя от ролята на селското стопанство като първоизточник на суровините, които са необходими за развитието на кулинарията (Иванова, 2009).

Кулинарният туризъм е известен още като гастрономически туризъм или гастротуризъм и представлява пътуване, при което храната и напитките са основната мотивация за посещение на определена дестинация. Това не е просто хранене по време на път, а опознаване на културата, историята и традициите на всеки регион. През 1988 г. Люси Лонг въвежда за първи път понятието „*кулинарен туризъм*“, като поставя акцент върху опознаването на чуждите култури през призмата на местната кухня. Според нейната дефиниция този вид туризъм обхваща не само консумацията, но и потапянето в бита и традициите, чрез специфични кулинарни преживявания, които оставят трайни спомени в туриста.

Кулинарният туризъм включва посещения на местни ресторанти, дегустация на различни хранителни продукти, практикуване на винено-кулинарен туризъм, съчетавайки посещения в изби с местни специалитети. Освен това към него могат да се причислят различни обучения, като участие в готварски курсове, фестивали и посещения на ферми при производители на уникални местни храни и специалитети.

Според Стоянова дадено пътуване се дефинира като гастрономически туризъм, когато кулинарните преживявания са водещ мотив за посещението. В световен план храната е значим фактор дори, когато е само допълнителна мотивация при избора на дестинация. За градските хотели това представлява отлична възможност да подобрят качеството на своите услуги, интегрирайки различни форми на кулинарен туризъм в своето портфолио (Стоянова, 2016).

Сравнително ново е понятието „*хранителен туризъм*“. През 2001 г. Ерик Волф за първи път дава определение на понятието в своя труд „*Кулинарен туризъм: Вкусно икономическо предложение*“, описвайки го като стремеж към неповторими преживявания без значение от дестинацията. Между 2012 и 2018 г. този вид туризъм се утвърждава, като приоритетен сегмент, който обхваща цяла палитра от сетивни и практически занимания,

свързани с местната кухня. Според Hall & Sharples, хранителният туризъм включва „посещения на производители на храни, хранителни фестивали, ресторанти и специфични места, за които дегустацията на храна и/или преживяването на характеристиките на специализирания регион за производство на храни са основният мотивиращ фактор за пътуване“ (Caetano, 2026).

Можем да обобщим, че кулинарния туризъм е един от най-въздействащите начини за откриване и докосване до автентичния дух, изкуството и миналото на една дестинация. Широкият спектър от преживявания позволява на туристите да се потопят в неповторима културна среда. Като туристически продукт, гастрономията не само стимулира социално-икономическото развитие на регионите, но и носи трансформиращо преживяване за самия турист.

2. Взаимовръзка между храна, селско стопанство и туризъм

Според Закона за туризма в България *„туристически продукт“* представлява съвкупността от туристически услуги, предлагани и/или предоставяни в един или няколко туристически обекта. Към *„основните туристически услуги“* се причисляват предоставянето на нощувки, хранене и транспортните услуги, а към *„допълнителните туристически услуги“* се включват всички останали дейности, свързани с пътувания, развлечения и посещения на събития с културно-опознавателен характер (Закон за туризма., посл. изм. ДВ. бр.16/10.02.2026 г.).

През последните години изключителен интерес представлява съчетаването на храната и туризма. Предлагането на местни продукти и кулинарни традиции на международни и национални туристи добавя нов компонент към туристическите дестинации и създава допълнителна икономическа активност в и около дестинацията. Връзката между храната и туризма предоставя огромни възможности и перспективи за развитие. По-специално свързването на тези два икономически сектора създава допълнителни работни места, увеличава продажбите на местните регионални продукти и допринася за устойчиво развитие на селските райони. В днешно време храната се утвърждава за един от най-бързо развиващите се аспекти на туризма. Публикациите разкриват нейната същност, като начин на живот и като средство към идентификацията на дадена култура. Консумацията на регионални специалитети позволява на туристите за кратко време да се почувстват част от местната общност, предлагайки им неподправено и автентично културно преживяване (Alberto, 2014). Други автори потвърждават нагласите и предпочитанията на туристите за преминаване от големи хотелски комплекси към по-малки семейни хотели или къщи за гости, в които се предлага храна от собствено производство или от съответния регион (Nikolova & Pavlov, 2021).

Над 20 милиона европейци избират да преживеят храната и виното, докато пътуват. Дори туристите извън ЕС предпочитат Европа, заради съчетанието от култура и гастрономия. В изследване на Гарибалди се посочва, че основните причини за посещение на по-малките и селски дестинации в Италия се крият в красотата на мястото, културното богатство, кулинарно и виненото наследство (https://www.robertagaribaldi.it/). Фестивалите и събитията, свързани с храна и вино, привличат италиански туристи, особено ако са посветени на местни и биологични продукти. През последните години пътуващите занимаващи се с винен туризъм, все по-често търсят да се потопят в света на преживяванията около виното, като например дейности на открито сред лозята, обиколки на гроздобера, посещение на изби, дегустации на вино в избите и посещения на редица музеи на виното.

Все по-завладяващи преживявания сред пейзажи, отглеждащи маслини се свързва т.нар. *„олио туризъм“*. Той е сравнително нова дестинация, но непрекъснато се разширява и развива. Тук преживяванията са по-разнообразни и са свързани с дегустация на местни маслинови продукти, посещения на самите плантации, производствените бази и фабрики, което позволява на туристите да се докоснат до културата, обичаите и гостоприемството на региона.

На фигура 1 е изобразена взаимовръзката между храната, селското стопанство и туризма, която формира т.нар. кулинарен туризъм.



Фигура 1. Взаимовръзка между храна, селско стопанство и туризъм

Източник: Храни и напитки за туризма & ХОСТ индустрия, https://www.hnt-bg.com/

Тя представлява симбиоза, при която местното земеделие снабдява ресторантите с пресни хранителни продукти, а туризмът създава пазар,

който популяризира регионалните традиционни храни пред посетителите, като в същото време стимулира развитието на селските райони. От тук произтичат и следните ключови аспекти:

- ✓ Автентично преживяване – местните ястия, приготвени по традиционни рецепти са основна туристическа атракция за всеки посетител.
- ✓ Скъсяване на веригата на доставки – туризмът стимулира търсенето на пресни фермерски продукти директно на място, което намалява транспортните разходи и подкрепя местната икономика.
- ✓ Селски и агротуризъм – туристите не само консумират, но могат и да участват в селскостопанските дейности – прибиране на реколта, производство на сирене и др.
- ✓ Развитието на местния туризъм стимулира производството на биохрани, произведени по устойчиви земеделски методи.
- ✓ Чрез привличането на посетителите се осигурява заетост и доходи в селските райони и се съживяват обезлюдяващите се райони.

Българските храни и вина съчетани с природата и културно-историческото наследство могат да предизвикат интерес към нашата страна. Туристите високо ценят усилията на малки и средни стопанства, защото всъщност те произвеждат здравословни, чисти и вкусни храни. Храната трябва да се разглежда като част от качеството на преживяването, защото от гледна точка на туриста храната е преживяване. Пътешествениците предпочитат настаняване в семейни хотели, къщи за гости и особено „зелените" къщи, които предлагат приготвена домашна храна от собствената си градина или от съответното населено място. Развитието на фермерските пазари предполага още една възможност за местата за настаняване да се снабдяват с местни продукти, но със задължителните сертификати за произход на храните.

Все по-често се налага тенденцията туристите активно да се включват в селскостопански дейности на посещаваните обекти. В България това преживяване е по-скоро свързано с желанието за споделяне на емоции и стремеж към съпричастност към ежедневието и бита на местните хора. Посетителите могат да участват в традиционното производство на кисело мляко, различни видове сладка, бране на сезонни плодове и много други.

За очертаване на взаимовръзката между *храната, селското стопанство и туризма* са посочени конкретни примери на **успешни дестинации за агротуризъм на български ферми и земеделски производители**, които създават истинска чиста храна.

В подножието на Котленския балкан на 27 км от град Сунгурларе е разположено село Дъбовица. Тук посетителите могат да се запознаят със *семейство Татяна и Мариян Аданови*, които отглеждат *зърнени култури по екологичен начин* използвайки устойчиви методи на земеделие: *слънчоглед, лимец, лен, ръж, спелта*. Освен това те отглеждат и нетрадиционна култура, просо, познато като теф, африканско житно растение, което не съдържа глутен, не се отглежда в световен мащаб, но е основна зърнена култура за

Етиопия и Еритрея. Туристите имат възможност да си закупят различни видове био брашна, смлени на каменна мелница, закупена от фирма в Австрия (https://adanvillage.com/).

В Източните Родопи е разположен Ивайловград, единственото място, на което може да се види как се прави *сусамов тахан по технология преди повече от век*. Посетителите могат да наблюдават автентичния процес на производство на пълнозърнест сусамов тахан, който включва засяване на сусама, прибиране на реколтата, измиване, изпичане и смилане на сусама. Хубавият качествен сусам произведен по стара технология, която не позволява използването на никакви добавки и примеси, гарантира несравнимото качество и вкус са предпочитани от всеки посетител (https://www.susamovtahan.bg/about).

Друга популярна дестинация сред посетените производствени обекти са млекопреработвателните предприятия. Туризмът свързан с млечните продукти е двигател на икономическо развитие на селските райони и оползотворяване на уникално производствено и културно наследство. Многобройните приключения включват обиколки с екскурзовод до мандрите с наблюдение на производствения процес; дегустации на сирена; работилници за производство на сирене, където може туристите да опитат своите умения в занаятчийското производство; да посетят тематични фестивали и събития, посветени на млечните продукти.

На територията на природен парк „Персина“, в близост до крайречното градче Белене се намира малка устойчива *семейна ферма „Багри“*. Двама братя стартират с малка бутикова ферма, отговаряща на съвременните стандарти за натурално отглеждане на животните, а по-късно се изгражда и мини *мандра за ръчни занаятчийски продукти*. Днес фермата разполага с над 850 овце от френската порода „Лакон“. От добитото мляко в семейната ферма се правят шест продукта: *сирене, кашкавал, кисело мляко, катък, катък със сирене и крема сирене*. Посетителите могат да посетят освен стандартните помещения за подобен тип ферми, но тя разполага и с лаборатория за зелен фураж. Тя представлява място, на което покълват ечемичени зърна при определени условия и така след седем дни животните имат паша, която се използва в ежедневното им хранене. Собствениците непрекъсната експериментират, като разделят продукцията в две продуктови линии – „*Всеки ден*“, която е подходяща за ежедневна употреба и „*Вдъхновения*“ – за специални кулинарни преживявания (https://biodiversity.bg/bg/Ferma-Bagri.p2320).

Друга дестинация, която туристите могат да посетят на 80 км от София е „Яблена Натура“. Стопанството притежава *най-голямата био овощна градина на Балканите с традиции в производството на висококачествени плодове, в която се отглеждат ябълки, круши и вишни*. Основоположник е в производството на биологични плодове в България. Разполагат с множество възможности за една вълнуваща и приключенска агроразходка. Тук

посетителите могат да се запознаят с целия природосъобразен цикъл на отглеждане на овощни култури изцяло по биологичен метод, като се започне от подготвянето на земята, минава се през засаждането, отглеждането, третирането и се стига до беритбата на плодовете. Освен това научават много интересни и полезни знания в сферата на агробизнеса (https://yablenanatura.com).

В сърцето на Розовата долина се намира семейна ферма, която отглежда *маслодайни рози и боровинки*, чрез съчетаването на дългогодишни традиции с модерни иновации в градинарството. На площ от 14 декара се прилагат съвременни агротехнологични решения, като безжични системи за автоматизирано напояване и торене, осигуряващи ефективно използване на ресурсите. Стопанството произвежда не само пресни боровинки и рози, но и ръчно приготвени сладка от боровинки, изработени с внимание към съставките за съхраняване на автентичния вкус (https://localstore.bg/producer/roseberry-farm).

България разполага и с много други възможности за опознаване на традиционните стопански дейности, като притежава впечатляваща разнообразна палитра от фолклорно наследство, отразено в богат празничен календар. Различните автентични обичаи и традиции позволяват на чужди и местни посетители да се потопят в дълбините на българския бит и културна идентичност. Особено атрактивни са и фолклорните празници, фестивали и традиционните народни събори.

Заключение

Храната се утвърждава, като важен компонент на туристическото преживяване и е основен мотив при избора на всяка дестинация. Интегрирането на местни продукти и кулинарни традиции в туристическото предлагане е силен инструмент за диверсификация на туристическия продукт. Необходимо е да се създаде силна връзка между фермерите и туристическия сектор в лицето на хотелите, къщите за гости и ресторантите, за да се скъси веригата на доставка и да се гарантира качествена храна на трапезата. В крайна сметка, ефективното партньорство между производителите и ресторантьорския бизнес създава устойчива местна икономика и подкрепя малкия бизнес в регионите. Всеки земеделски стопанин трябва да продължава да открива вълшебствата на земята, като създаването на здравословната и чиста храна да е мисия с дългосрочен ефект.

Използвана литература

Alberto, R. (2014). The role of local food in the touristic experience. Изтеглено на 04.05.2026 г. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/73655/Reza_Alberto.pdf..pdf?sequence=1

Caetano, D. (2026). Food tourism, because travelling and eating are two of life's best experiences. Изтеглено на 07.05.2026 г. https://diesis-network.coop/wp-content/uploads/2023/05/Article-3.-Food-and-Tourism-Turismo-de-Portugal.pdf

Nikolova, M., & Pavlov, P. (2021). Interconnection and interdependence of key economic sectors - agriculture and tourism in the conditions of a pandemic crisis. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, стр. 387-396.

Закон за туризма., посл. изм. ДВ. бр.16/10.02.2026 г. (н.д.). Изтеглено на 05.05.2026 г. https://lex.bg/bg/laws/ldoc/2135845281

Иванова, Л. (2009). Кулинарен туризъм - същност и перспективи. *Икономика и управление : научно списание на Стопанския факултет при Югозападен университет "Неофит Рилски" – Благоевград*, стр. 77-84.

Стоянова, М. (2016). Кулинарният туризъм като възможност за развитие на градските хотели в условията на глобализация. *Кръгла маса „Специализирани видове туризъм – предизвикателства и перспективи“*. Аграрен университет – Пловдив, Научни трудове, т. LX, кн. 1., стр. 321-326

https://adanvillage.com/. (н.д.). Изтеглено на 15.05.2026 г.

https://biodiversity.bg/bg/Ferma-Bagri.p2320. (н.д.). Изтеглено на 15.05.2026 г.

https://localstore.bg/producer/roseberry-farm. (н.д.). Изтеглено на 15.05.2026 г.

https://www.robertagaribaldi.it/. (н.д.). Изтеглено на 15.05.2026 г.

https://www.susamovtahan.bg/about. (н.д.). Изтеглено на 15.05.2026 г.

https://yablenanatura.com. (н.д.). Изтеглено на 15.05.2026 г.

FOOD AS AN IMPORTANT COMPONENT OF THE TOURIST EXPERIENCE

Iliyana Krasteva
Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria
ORCID 0009-0003-4065-2054

Abstract: Nowadays, food is gaining modern significance and is becoming a major incentive for travel. This is mainly due to the changed consumer attitude, according to which the quality of good food is a direct reflection of the standard of living and personal well-being. Every tourist expresses a clear preference for authentic and regional dishes prepared according to traditional recipes, which embody the local culture and carry the spirit of the destination. The main goal of this paper is to outline the importance of food as an important component of the tourist experience. In this regard, the essence and importance of culinary and food tourism, the interrelationship between food, agriculture and tourism are clarified. Specific examples of successful agritourism destinations of Bulgarian farms and agricultural producers are cited, which create truly clean food and organic products inspired by the nature, culture and traditions of Bulgaria.

Keywords: food, culinary tourism, tourist experience.