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

КАНДИДАТУРАТА ЗА ЕВРОПЕЙСКА СТОЛИЦА НА КУЛТУРАТА КАТО ВЪЗМОЖНОСТ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ЦЕЛОГОДИШЕН ТУРИЗЪМ В БУРГАС

Иван Гаврилов[1]
Икономически университет – Варна

Резюме: Настоящият доклад е посветен на кандидатурата на Бургас за „Европейска столица на културата 2032" като възможност за развитие на целогодишен туризъм. Разглежда се ролята на културата като фактор за устойчиво градско развитие, международна разпознаваемост и преодоляване на сезонността в туризма. Поставен е кцент върху инициативата „Европейска столица на културата" като предпоставка за стимулиране на икономическа, социална и транспортна трансформация.За тази цел е разгледан потенциала на Бургас - транспортната свързаност, културно-историческата атрактивност и необходимостта от равномерно разпределение на културните събития през цялата година. Засегнати са също предизвикателствата, свързани с инфраструктурата и сезонната заетост.

Ключови думи: Европейска столица на културата; целогодишен туризъм; управление на дестинацията; транспортна свързаност; фестивален туризъм.

Въведение

Преодоляването на сезонността в туризма е сред основните предизвикателства пред съвременните туристически дестинации. Сезонността води до нестабилна заетост, неравномерни приходи и ниска ефективност при използването на туристическата инфраструктура. В условията на засилена конкуренция между европейските градове инициативата „Европейска столица на културата" (ЕСК) придобива стратегическо значение като механизъм за икономическа трансформация, градско обновяване и развитие на устойчив туризъм. За Бургас кандидатурата за ЕСК 2032 представлява възможност да се развие целогодишен туризъм. Целта на доклада е да посочи преимуществата на града като основа на неговата конкурентноспособност в подобна надпревара.

1. Рамка за развитие на културния туризъм

Кандидатурата на Община Бургас за ЕСК 2032 може да бъде разглеждана като естествено продължение на вече заложените приоритети в общинската стратегия, а именно повишаване на конкурентноспособността и международна разпознаваемост с целогодишен характер на дестинацията

[1] gavrilovbg@gmail.com

[17].Особено значение има фактът, че в Бургас вече е създадена специализирана фондация „Бургас 2032“, чиято основна цел е подготовката и реализацията на кандидатурата на града.Създаването на подобна структура показва институционална ангажираност и дългосрочна визия за развитието на културния потенциал в града. Това е важна предпоставка за изграждането на координация между местната власт, културните организации, бизнеса и неправителствените организации.Според официалната платформа на инициативата, кандидатурата цели „създаването на нов културен модел за развитие на Бургас като европейски град на културата, иновациите и творческите индустрии“ [18].

2. „Европейската столица на културата“ - цели и успешни примери

Инициативата „Европейска столица на културата“ е създадена през 1985 г. с цел да насърчава културното многообразие в Европа и да укрепва чувството за европейска идентичност чрез културата. С течение на времето тя се превръща в инструмент за териториален маркетинг, икономическа трансформация и развитие на туризма. Един от основните ефекти на инициативата е свързан с преодоляването на сезонността чрез създаване на богат културен календар, който привлича посетители през цялата година. Културните фестивали, изложби, концерти, арт форуми и творчески събития създават мотиви за пътуване извън традиционния туристически сезон. Според Европейската туристическа комисия културният туризъм е сред „най-бързо развиващите се сегменти на европейския туристически пазар“ [8], а градовете, инвестиращи в културни събития и творчески индустрии, значително подобряват своята международна конкурентоспособност.

Показателнен е примерът на Каунас (Литва) ЕСК 2022, който е близък до Бургас както по отношение на мащаба на града, така и по отношение на международната разпознаваемост преди инициативата.Реализирането на програмата в Каунас 2022 води до ръст на културните събития, увеличаване на международните посетители и активизиране на местната икономика чрез развитие на фестивален, културен и събитиен туризъм. [11]. Според официалните данни над 1 милион посетители са участвали в събитията, а градът успява да изгради устойчив международен културен имидж и нови партньорства в сферата на културата и туризма. [11]. Този пример показва, че инициативата ЕСК може успешно да функционира като инструмент за развитие на по-малки и средни европейски градове и да постигне международна разпознаваемост и градско развитие.

За България особено релевантен е примерът на Пловдив.Според финалния мониторингов доклад на фондация „Пловдив 2019“ броят на нощувките в града се увеличава с близо 18 % на годишна база, а приходите от тях нарастват с 9 %, достигайки 29 млн.лв. [13]. В същото време според

финалния доклад на Европейската комисия броят на посетителите с пренощуване в Южния централен район се увеличава с 15.3 %, а общият брой на нощувките в района нараства с 14.5% [7]. Данните на докладите обобщени от списание „The Sofia Globe", показват още, че над 1.2 млн.българи са посетили поне едно събитие от програмата на „Пловдив 2019", като приходите от вътрешен културен туризъм се оценяват на приблизително 400 млн. лева. [14]. Инициативата оказва положително влияние върху местната икономика, като броят на предприятията в сектор „Култура, спорт и развлечения" се увеличава с 25%, а заетите в сектора с 16% [13]. Според анализите на Националния статистически институт и мониторинговите доклади на инициативата се наблюдава и ръст на международните посетители с около 30 % спрямо базовите стойности преди. [14]. Резултатите показват, че инициативата ЕСК може да повиши международната разпознаваемост на дестинацията и да стимулира регионалната икономика.

3. Предимства и предизвикателства при реализацията на инициативата „Европейска столица на културата".

Наред с положителните ефекти инициативата „Европейска столица на културата" поставя и редица предизвикателства пред градовете кандидати. Сред основните предимства са повишаването на международната разпознаваемост, увеличаването на туристическия интерес, привличането на инвестиции и подобряването на градската инфраструктура.Освен икономическите ефекти ЕСК често води до засилване на местната идентичност и активизиране на гражданското участие в културния живот.

Garcia и Cox отбелязват, че устойчивите резултати се постигат само когато културните политики бъдат „интегрирани в цялостната стратегия за градско развитие" [10]. В противен случай съществува риск ефектите от инициативата да останат краткосрочни и ограничени единствено до периода на провеждане на събитията. Според UNESCO културните политики следва да бъдат разглеждани като „инструмент за устойчиво градско развитие и социална интеграция" [16].

Сред основните рискове са прекомерната зависимост от публично финансиране, недостатъчната ангажираност на местната общност и липсата на устойчив модел за развитие след приключване на инициативата. В някои европейски градове се наблюдава тенденция към прекомерна комерсиализация на културните събития, което отслабва връзката между културния продукт и местната идентичност. Според доклада на ЕК при Валета 2018 (Малта) и Пафос 2017 (Кипър) част от анализите отчитат ограничен дългосрочен ефект върху устойчивото развитие на културния сектор и недостатъчна трансформация на създадените културни инициативи в постоянни политики за развитие [6]. Ннаблюдават се „ограничен административен капацитет и недостатъчна дългосрочна стратегическа координация след

приключване на инициативата“ [6]. Критиките има и към прекомерната ориентация към туристическия маркетинг за сметка на устойчивото развитие на местната културна среда [4].

Съществуват и примери, при които значителните инфраструктурни инвестиции не водят до очакваната дългосрочна икономическа възвращаемост. Такъв е случаят с Монс 2015 (Белгия), където въпреки успешната година на домакинство анализите показват затруднения при поддържането на туристическия интерес и използването на част от изградената културна инфраструктура след приключване на инициативата. Европейската комисия казва, че значителна част от инвестициите са били концентрирани основно в периода около самото домакинство, без да се изгради достатъчно устойчив механизъм за развитие на културния туризъм. [5] Подобни тенденции се наблюдават и при Риека 2020 (Хърватия), където пандемичната обстановка допълнително ограничава възможността за устойчиво капитализиране на културните инвестиции и международната видимост на проекта [9].

Тези примери показват, че успехът на инициативата „Европейска столица на културата“ зависи не толкова от мащаба на културната програма през самата година на домакинството, колкото от способността на градовете да изградят устойчиви институционални модели, дългосрочни културни политики и ефективна координация между всички заинтересовани страни. Именно поради това създаването на постоянна структура за управление на дестинацията и устойчив механизъм за управление на културния туризъм след 2032 г. е от съществено значение за Бургас.

4. Домакинството на „Европейската столица на културата“ като възможност за целогодишен туризъм в Бургас

Кандидатурата на Бургас за Европейска столица на културата 2032 следва да бъде разглеждана като средство за културна трансформация на града.Тя дава възможности за привличане на инвестиции и за създаване на целогодишен културен календар.Подобряването на инфраструктурата и целенасоченото изграждане на материална база за нуждите на домакинството допълнително ще допринесат както за транспортната достъпност на града, такаи за възможностите за събития през цялата година.

Целта на създадената фондация „Бургас 2032“ е да реализира проекта „Бургас 2032 – Европейска столица на културата“ по ефективен и прозрачен начин. Фондацията има ангажимент не само към подготовката на кандидатурата и необходимите апликационни форми, но и да обедини всички инициативи и да изгради дългосрочна културна стратегия чрез оперативни, програмни и комуникационни политики. Особено съществен е акцентът върху устойчивостта на резултатите след приключване на инициативата чрез продължаващото провеждане на утвърдени събития, фестивали,

форуми и проекти. Именно тази концепция за устойчивост придава реална стратегическа стойност на кандидатурата.

Основната теза на настоящото изследване се основава на разбирането, че успешната реализация зависи не само от културната програма през 2032 г., а от способността на града да трансформира създадените културни, организационни и инфраструктурни ресурси в устойчив механизъм за целогодишна туристическа активност.

В практиката на редица европейски градове, реализирали инициативата „Европейска столица на културата“, се наблюдава проблем, свързан с липсата на институционална устойчивост след приключване на самата година на домакинството. В много случаи организационните структури, изградени за нуждите на инициативата, прекратяват своята дейност, което води до загуба на експертен капацитет, организационна памет и устойчивост на културните политики.

В тази връзка настоящото изследване предлага фондация „Бургас 2032“ да бъде трансформирана в постоянна Организация за мениджмънт на дестинацията - Destination Management Organization (DMO), изпълняваща управленски, координационни и контролни функции в сферата на културния туризъм и градския маркетинг. Подобна структура би могла да функционира като интегриращ механизъм между местната власт, културните институции, туристическия сектор, бизнеса и гражданските организации. Основната цел на подобна трансформация е да се гарантира устойчивостта на културните политики и да се осигури дългосрочно стратегическо управление на Бургас като целогодишна културна дестинация.

Създаването на организация за мениджмънт на дестинацията би позволило централизирано управление на туристическия бранд на Бургас, разработване на международни маркетингови кампании, координация на събитийния календар и управление на партньорства с международни културни и туристически организации. Ще се създаде възможност за по-ефективно кандидатстване по европейски програми и привличане на външно финансиране за културни и туристически проекти.

Подобни модели на Destination Management Organizations (DMO), базирани на партньорство между местната власт, бизнеса и културния сектор, вече функционират в редица европейски туристически дестинации, като успешни примери за сътрудничество в дестинационния мениджмънт могат да се дадат за Барселона и Копенхаген.

Близък до концепцията за Бургас е примерът на Орхус - Европейска столица на културата 2017, където след приключване на инициативата част от организационния капацитет и партньорските мрежи са интегрирани в дългосрочните стратегии за управление на дестинацията и културния туризъм..Според доклада на Университета в Орхус инициативата има 98% разпознаваемост в региона и 60% участие на местните жители в организацията. [1].

Като се имат предвид добрите практики, превръщането на Фондация Бургас 2032 в постоянен орган за управление на дестинацията е свързано с фундаментални задачи, като осигуряване на транспортна достъпност, оптимизиране на културния календар и обединяването на туристическите ресурси в общи туристически продукти.

Транспортната свързаност е ключов елемент за развитието на културния туризъм и фактор за реализирането на мащабни международни събития. Съвременният туризъм е силно зависим от достъпността на дестинацията и възможността за бърз международен обмен. Бургас разполага с международно летище, пристанище, железопътна и автомобилна инфраструктура, но туристическите потоци продължават да бъдат концентрирани основно през летния сезон. Развитието на постоянен културен календар и международни културни форуми би могло да стимулира по-активна транспортна свързаност през цялата година.

Настоящия доклад предлага Община Бургас, в партньорство с местния бизнес и туристическия сектор, да разработи механизъм за финансово стимулиране на специализирани чартърни линии, конкретно свързани с културни събития през 2032 г. извън активния летен сезон. Подобен модел успешно се прилага в редица европейски туристически дестинации при организиране на международни фестивали, спортни форуми и културни събития.

Подобни модели за стимулиране на въздушната достъпност вече се прилагат в редица европейски държави и туристически дестинации. Според Malina, Albers и Kroll програмите за въздушна свързаност представляват „широко използван инструмент за допълнителни въздушни услуги и регионално икономическо развитие“ [12]. Авторите подчертават, че финансовите стимули към авиокомпаниите се използват активно за привличане на нови маршрути, увеличаване на туристическия поток и подобряване конкурентоспособността на регионалните дестинации. Airports Council International Europe също отбелязва, че регионалните летища в Европа все по-често прилагат „стимулиращи схеми и механизми за финансови облекчения с цел привличане на авиокомпании и поддържане на въздушната свързаност“ [2].

Община Бургас споделено с общините от региона са създали фонд за подпомагане на полетите извън активния туристически сезон , но той е с твърде ограничен капацитет.Предложението на настоящата разработка е към този фонд да се присъедини държавата и местния бизнес и по примера на редица европейски дестинации характерни със своите фестивали като Tomorrowland (Белгия) [15], Sziget Festival (Унгария), EXIT Festival (Сърбия) да се подпомагат специализирани туристически пакети, свързани с конкретните събития. Особено значимо за тези модели е партньорството с летища, авиокомпании и туроператори.Това партньорство създава туристически продукт включващ самолетни билети, фестивални билети, хотелско настаняване, вътрешен транспорт. През 2022 г. Brussels Airlines реализира

близо 13 000 полетни пакети за „Tomorrowland“ от 69 международни летища, обслужвайки над 25 000 фестивални посетители чрез повече от 350 полета. [3]

Подкрепата за специализирани туристически продукти, свързани с конкретни събития би имала не само краткосрочен ефект върху посещаемостта на събитията през 2032 г., но и дългосрочно значение за позиционирането на Бургас като достъпна европейска културна дестинация през цялата година.

Равномерното разпределение на културните събития през цялата година и сегментацията на събитийния календар е друга важна задача на организацията за мениджмънт на дестинацията**.** Ограничената въздушна свързаност на Бургас извън летния сезон налага предложението за диференциран модел за планиране на културните събития. През периодите с ограничена въздушна свързаност фокусът следва да бъде насочен към пазари с възможност за автомобилен и сухопътен достъп до Бургас, включително Турция, Гърция, Румъния, Сърбия, Северна Македония и вътрешния туристически пазар в България. Това предполага организиране на културни събития, фестивали и форуми, насочени към краткосрочни посещения и уикенд туризъм, базирани на регионална мобилност и сравнително лесен транспортен достъп.

Подобна сегментация на събитийния календар би позволила оптимизиране на туристическите потоци и преодоляване на сезонния характер на туризма в община Бургас. Освен това тя би създала възможност за изграждане на по-силни регионални културни и туристически връзки между Бургас и съседните балкански държави.

Друга важна задача на организацията за мениджмънт на дестинацията е насърчаването и създаването на културно съдържание, а не само организирането на събития. Това е особено значимо, защото превръща културата в дългосрочен ресурс за развитие на творчески индустрии, артистични мрежи и международно културно сътрудничество. Един от основните рискове при реализацията на инициативата „Европейска столица на културата“ е събитията да останат еднократни културни прояви без дългосрочен ефект върху туристическото развитие на дестинацията. Именно поради това настоящия доклад разглежда необходимостта от трансформиране на успешните фестивали, форуми, изложби и културни инициативи в традиционни ежегодни събития.

Обединяването на наличните туристически ресурси като Аква Калиде, Остров „Света Анастасия“, Ченгене Скеле, Културен дом Бургас с различни фестивали, артистични пространства и културни събития в туристически продукт със ежегодно съдуржание е задължително условие и основна задача на организацията за мениджмънт на дестинацията.

Създаването на ежегодни международни културни форуми, фестивали на съвременното изкуство, музикални и филмови събития и творчески платформи би допринесло за развитието на културния туризъм като дългосрочен икономически сектор. В допълнение устойчивостта на културния

календар би имала положителен ефект върху местната икономика, заетостта и развитието на творческите индустрии.

Заключение

В обобщение може да се приеме, че кандидатурата на Бургас за Европейска столица на културата 2032 притежава потенциала да се превърне в стратегически инструмент за развитие на устойчив целогодишен културен туризъм и дългосрочна градска трансформация.Успешната реализация на инициативата изисква интегриран модел, основан на институционална устойчивост, ефективно управление на културните политики, развитие на постоянен събитиен календар, стратегическа сегментация на туристическите пазари и активна транспортна политика. В този контекст културата следва да бъде разглеждана не само като елемент от туристическото предлагане, а като основен механизъм за преодоляване на сезонността, повишаване международната разпознаваемост на Бургас и стимулиране на местната икономика.

Използвана литература

[1] Aarhus University. (2018). *Aarhus 2017: Before, During, After – Full Evaluation Report*. rethinkIMPACTS 2017. https://projects.au.dk/fileadmin/projects/IMPACT_2017/Aarhus2017_before_during_after.pdf

[2] Airports Council International Europe. (2023). *European Regional Airports Report 2023*. https://www.aci-europe.org/downloads/publications/EUROPEAN%20REGIONAL%20AIRPORTS%202023.pdf

[3] Brussels Airlines. (2022). *Brussels Airlines unites the world again at Tomorrowland*. https://press.brusselsairlines.com/brussels-airlines-unites-the-world-again-at-tomorrowland

[4] Ebejer, J. (2019). *Urban heritage and cultural tourism development: A case study of Valletta's role in Malta's tourism*. *Journal of Tourism and Cultural Change*. https://www.um.edu.mt/library/oar/bitstream/123456789/28106/4/paper%20valletta%20urban%20heritage%20and%20tourism%20JE%20FINAL%20for%20OAR%20%20jan18.pdf

[5] European Commission. (2016). *Ex-post Evaluation of the 2015 European Capitals of Culture (Mons and Plzeň).* https://culturenext.eu/wp-content/uploads/ecoc-2015-evaluation-mons-plzen-1.pdf

[6] European Commission. (2019). *Ex-post Evaluation of the European Capitals of Culture 2017 (Pafos and Aarhus).* https://culture.ec.europa.eu/document/ex-post-evaluation-of-the-2017-european-capitals-of-culture

[7] European Commission. (2019). *Plovdiv – European Capital of Culture 2019 Monitoring Report*. https://plovdiv2019.eu/data/fms/Documents%20General%20Plovdiv%202019/Monitoring%20BG/ENG%20Mejdinen%20Monitoringov%20Doklad%202018_10012019.pdf

[8] European Travel Commission. (2025). *Cultural Tourism in Europe*. https://etc-corporate.org/news/applications-now-open-for-the-destination-of-sustainable-cultural-tourism-awards-2025/

[9] Ganga, R. N., Borén, T., & Young, C. (2021). *Exploring implicit and explicit cultural policy dimensions in Rijeka 2020 during the COVID-19 pandemic*. *City, Culture and Society, 26*. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S187791662100031X
[10] Garcia, B., & Cox, T. (2013). *European Capitals of Culture: Success Strategies and Long-term Effects*. https://www.researchgate.net/publication/281455089
[11] Kaunas 2022. (2023). *Impact Report of Kaunas – European Capital of Culture 2022*. https://kaunas2022.eu/en/impact-report/
[12] Malina, R., Albers, S., & Kroll, N. (2011). *Airport incentive programmes: A European perspective*. *Transport Reviews, 32*(4), 435–453. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/59791/1/68954412X.pdf
[13] Plovdiv 2019 Foundation. (2020). *Final National Monitoring Report*. https://plovdiv 2019.eu/en/news/2666-plovdiv-2019-final-national-monitoring-report-highlights
[14] Sofia Globe. (2020). *Plovdiv, European Capital of Culture 2019: Revenue tourism got massive boost, report says*.https://sofiaglobe.com/2020/05/26/plovdiv-european-capital-of-culture-2019-revenue-tourism-got-massive-boost-report-says/
[15] Tomorrowland. (2024). *Global Journey Flight Packages*. https://belgium. tomorrowland.com/en/passes-packages/global-journey/flight-packages/
[16] UNESCO. (n.d.). *Culture and Sustainable Urban Development*. https://unesdoc.unesco.org
[17] Община Бургас. (2022). *Стратегия за устойчиво развитие на туризма в Община Бургас 2022–2030 г.* https://www.burgas.bg/bg/strategiya-za-ustoychivo-razvitie-na-turizma-v-obshtina-burgas-2022-2030-g
[18] Фондация „Бургас 2032“. (n.d.). *Burgas 2032*.https://burgas2032.com/

THE CANDIDACY OF BURGAS FOR EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE AS AN OPPORTUNITY FOR THE DEVELOPMENT OF YEAR-ROUND TOURISM IN BURGAS

Ivan Gavrilov[2]
University of Economics – Varna

Abstract: This paper focuses on the candidacy of Burgas for the “European Capital of Culture 2032” initiative as an opportunity for the development of year-round tourism. It examines the role of culture as a factor for sustainable urban development, international recognition, and overcoming tourism seasonality. Particular emphasis is placed on the “European Capital of Culture” initiative as a prerequisite for stimulating economic, social, and transport transformation. For this purpose, the paper explores the potential of Burgas in terms of transport connectivity, cultural and historical attractiveness, and the need for a balanced distribution of cultural events throughout the year. The study also addresses the challenges related to infrastructure and seasonal employment.

Keywords: European Capital of Culture; year-round tourism; destination management; event tourism; transport connectivity; festival tourism.

[2] gavrilovbg@gmail.com