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

БЪДЕЩЕТО НА ТУРИЗМА В ЕПОХАТА НА ПРЕХОДИ: МЕЖДУ ДИГИТАЛНОТО И АВТЕНТИЧНОТО

Доц. д-р Любка Илиева[1]
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
ORCID: 0000-0002-7357-9370

Резюме: Настоящият доклад анализира основните тенденции и трансформации в развитието на съвременния туризъм в условията на икономически, технологични и социални преходи. Изследва се влиянието на дигитализацията, изкуствения интелект, Big Data анализите, виртуалната реалност и интелигентните туристически платформи върху туристическото поведение, управлението на дестинациите и конкурентоспособността на туристическите предприятия. Паралелно с технологичната трансформация се разглежда и засилващото се търсене на автентични туристически преживявания, основани на локална култура, културно наследство, устойчиво развитие и активно участие на местните общности. Акцент се поставя върху необходимостта от баланс между технологичната модернизация и съхраняването на човешкото измерение на туристическото преживяване. Представени са основните тенденции, свързани с персонализацията на услугите, развитието на устойчивия и приключенския туризъм, както и предизвикателствата пред туристическия сектор, произтичащи от климатичните промени, геополитическата нестабилност, киберсигурността и динамичните промени в потребителското поведение. В заключение се обосновава разбирането, че бъдещето на туризма ще зависи от способността на туристическите организации и дестинации да интегрират дигиталните иновации, устойчивите управленски практики и автентичните преживявания в единен модел на развитие, ориентиран към потребностите на съвременния турист.

Ключови думи: туризъм, дигитализация, автентичност, устойчив туризъм, туристически преживявания.

Въведение

Съвременният туризъм се развива в условията на дълбоки икономически, технологични, социални и екологични трансформации, които оказват съществено влияние върху туристическото търсене, предлагане и управлението на туристическите дестинации. Дигитализацията, развитието на изкуствения интелект, глобалната свързаност, дигиталните платформи и интелигентните туристически технологии променят начина, по който туристите планират, резервират и преживяват своите пътувания. Наред с това се наблюдава и нарастващ интерес към автентични преживявания, локална култура, устойчиво потребление и индивидуализирани туристически продукти, основани на културното и природното наследство.

Паралелно с технологичната трансформация туристическият сектор е изправен и пред редица глобални предизвикателства, свързани с климатичните промени, геополитическата нестабилност, динамичните промени в

[1] l.ilieva@uni-svishtov.bg

потребителското поведение и необходимостта от устойчиво управление на туристическите ресурси. Това налага разработването на нови модели на туристическо развитие, основани на иновации, устойчивост, персонализация и по-тясно взаимодействие между технологиите и човешкото измерение на туристическото преживяване.

Туризмът все по-често се разглежда като комплексна екосистема, в която дигиталните решения и автентичните преживявания трябва да съществуват в динамичен баланс. Именно това поставя въпроса за бъдещето на туризма в епохата на преходи – между дигиталното и автентичното. Настоящият доклад има за цел да анализира основните тенденции, предизвикателства и перспективи пред туристическия сектор, както и възможностите за съчетаване на технологичните иновации, устойчивото развитие и автентичността в съвременния туристически продукт.

1. Дигиталната трансформация на туризма

Дигитализацията се утвърждава като един от водещите фактори за промяна в туристическия сектор, тъй като влияе върху всички етапи на туристическото потребление – от избора на дестинация до споделянето на впечатления след пътуването. Развитието на онлайн резервационни системи, мобилни приложения, социални мрежи и интелигентни туристически платформи променя начина, по който туристите взаимодействат с доставчиците на услуги. Все по-голяма част от туристическите решения се основават на дигитално съдържание, онлайн оценки, виртуални препоръки и автоматизирани системи за обслужване, което превръща технологичната адаптивност в ключово условие за конкурентоспособност на туристическите предприятия и дестинации (Ilieva L, Petrova M; Todorova L, 2023).

Промените в потребителското поведение също ускоряват внедряването на технологични решения в туризма. Съвременните туристи очакват бърз достъп до информация, възможност за незабавна комуникация, персонализирани предложения и висока степен на гъвкавост при организиране на пътуванията. Това налага използването на интегрирани системи, които оптимизират процесите по обслужване, маркетинг и управление на туристическите потоци. В този контекст различните технологични решения, представени в Таблица 1, оказват комплексно въздействие върху туристическата индустрия – от автоматизацията на услугите до усъвършенстването на маркетинговите комуникации и анализа на туристическото търсене (Ilieva L, Petrova M; Todorova L, 2023).

Особено значима роля в съвременния туризъм придобива **изкуственият интелект**, който постепенно се утвърждава като ключов инструмент за усъвършенстване на туристическото обслужване. Чрез чатбот системи, интелигентни асистенти и алгоритми за персонализирани препоръки турис-

тическите предприятия могат да анализират потребителските предпочитания и да създават индивидуализирани оферти, съобразени с интересите, поведението и бюджета на туристите. Това допринася за по-висока удовлетвореност на клиентите, оптимизиране на комуникацията и изграждане на дългосрочна лоялност.

Таблица 1
Основни проявления на дигитализацията в туризма

Технология	Основни приложения	Влияние върху туризма
Изкуствен интелект	Персонализирани препоръки, чатботове	Подобрено обслужване
Виртуална реалност	Виртуални турове и презентации	Повишен интерес към дестинациите
Мобилни приложения	Резервации и навигация	Улеснено туристическо преживяване
Big Data анализи	Анализ на туристическо поведение	По-добро управление на търсенето
Социални мрежи	Дигитален маркетинг	Влияние върху туристическия избор

Източник: разработка на автора

Съществено място в процеса на технологична модернизация заема и концепцията за **умни дестинации (smart destinations)**, при която се интегрират информационни системи, интернет на нещата (IoT), облачни технологии и дигитални платформи за управление на туристическите ресурси. Използването на интелигентни транспортни решения, мобилни туристически гидове и системи за мониторинг на туристическите потоци позволява по-ефективно управление на натоварването на туристическите обекти и създава предпоставки за ограничаване на негативните ефекти от свръхтуризма. По този начин технологиите подпомагат както качеството на туристическото преживяване, така и устойчивото развитие на дестинациите.

Наред с това **виртуалната и добавената реалност** променят начина, по който туристите възприемат туристическите ресурси и културното наследство. Чрез виртуални турове и интерактивни презентации посетителите могат предварително да се запознаят с дадена дестинация, хотел или културен обект още преди реалното пътуване. Това е особено важно за културния туризъм и музейното дело, където чрез дигитални визуализации могат да бъдат възстановени исторически събития, архитектурни елементи и културни практики. Както е представено в Таблица 1, технологиите за виртуална реалност и мобилните приложения значително повишават достъпността и атрактивността на туристическите продукти, като едновременно с това разширяват възможностите за тяхното популяризиране.

Съществен принос за развитието на туристическия сектор имат и **Big Data анализите**, които позволяват детайлно проследяване на туристическите потоци, сезонните колебания и потребителските предпочитания. Чрез обработка на големи масиви от данни туристическите организации могат поточно да прогнозират търсенето, да оптимизират ресурсите и да адаптират маркетинговите си стратегии към динамиката на пазара. Анализът на данни подпомага и устойчивото управление на дестинациите чрез наблюдение на натоварването на туристическите обекти и ограничаване на негативните екологични и социални въздействия.

Важна роля в съвременния туристически маркетинг играят и социалните мрежи, които се превръщат в основен канал за комуникация и влияние върху туристическия избор. Платформи като Instagram, Facebook, TikTok и YouTube формират нов модел на взаимодействие между туристите и туристическите организации чрез визуално съдържание, потребителски оценки и препоръки от инфлуенсъри. Все по-често туристите се доверяват на съдържание, генерирано от други потребители, което променя традиционните модели на реклама и популяризиране на дестинациите (Ракаджийска, Св., Маринов, Ст., Дянков, Т., 2017).

Разгледаните технологии показват, че дигитализацията далеч не се изчерпва с автоматизация на отделни процеси, а се превръща в стратегически фактор за развитие на туризма. Тя променя начина на комуникация, потребление и управление в сектора, като същевременно поставя нови изисквания към туристическите предприятия по отношение на иновациите, дигиталните компетентности и адаптивността към динамичната пазарна среда.

Наред с множеството възможности, които технологичната трансформация предоставя на туристическия сектор, тя поражда и редица предизвикателства, свързани както с управлението на туристическите процеси, така и с характера на самото туристическо преживяване. Засилващата се зависимост от дигитални платформи и онлайн посредници води до нарастваща концентрация на влияние в глобални технологични компании, което ограничава автономността на по-малките туристически предприятия и местните доставчици на услуги. В същото време интензивното използване на цифрови технологии поставя въпроси, свързани със защитата на личните данни, киберсигурността и сигурността на онлайн разплащанията, които се превръщат във все по-важен аспект от управлението на туристическите организации.

Съществен проблем представлява и опасността от прекомерна стандартизация на туристическите продукти. Унифицирането на услугите, алгоритмичното препоръчване на сходни дестинации и доминирането на глобални туристически модели могат постепенно да отслабят уникалността и локалната идентичност на отделните места. В резултат на това съществува риск туристическото преживяване да загуби своята емоционална и културна

дълбочина, а туристите да възприемат различните дестинации като все по-сходни една на друга. Тази тенденция е особено чувствителна за културния, селския и приключенския туризъм, при които именно автентичността и локалната специфика формират основната стойност на туристическия продукт.

Паралелно с това все по-ясно се откроява и необходимостта от запазване на човешкото измерение в туризма. Независимо от развитието на автоматизираните системи и дигиталните решения, туристическото преживяване продължава да бъде свързано с емоции, личен контакт, културно взаимодействие и усещане за принадлежност към дадено място. Именно поради това бъдещото развитие на туристическия сектор изисква балансирано съчетаване на технологичните иновации с опазването на локалната идентичност, културното наследство и автентичния характер на дестинациите.

Тази необходимост от баланс между модернизацията и съхраняването на автентичността поставя акцент върху една от най-съществените тенденции в съвременния туризъм – нарастващото търсене на преживявания, основани на местната култура, традиции и уникалност на дестинациите. В условията на глобална дигитализация туристите все по-често търсят не просто удобство и технологична достъпност, а емоционална свързаност, персонално отношение и автентичен контакт с местната среда. Именно това обуславя засиления интерес към преживяванията, културния, селския и устойчивия туризъм, които се превръщат в естествено продължение на процесите на трансформация в туристическия сектор.

2. Търсенето на автентичност и преживявания

Паралелно с ускорената дигитализация в туристическия сектор се наблюдава и ясно изразена тенденция към нарастващо търсене на автентични туристически преживявания. В условията на глобализация и стандартизация съвременните туристи все по-често се ориентират към форми на пътуване, които се отличават с уникалност, локален характер и емоционална стойност. Това постепенно променя традиционния модел на туристическо потребление, при който основният акцент е бил поставен върху масовите туристически услуги и стандартизираното обслужване.

Все по-голям интерес се проявява към местната култура, традиции, кулинарно наследство, занаятчийски практики и ежедневния начин на живот на местните общности. Туристическото потребление вече не се изчерпва единствено с посещение на определена дестинация, а се свързва с активно участие, културен обмен и лично докосване до автентичната атмосфера на мястото. Именно това стимулира развитието на културния, селския, гастрономическия, екологичния и приключенския туризъм, които поставят акцент върху индивидуалното взаимодействие с локалната среда.

Автентичността постепенно се утвърждава като ключов фактор за конкурентоспособността на туристическите дестинации. Туристите предпочитат уникални и трудно възпроизводими форми на преживяване, които създават емоционална връзка с мястото и допринасят за изграждането на лични спомени и усещане за принадлежност. В този контекст локалните общности придобиват все по-важна роля като носители на културна идентичност, традиции и социална автентичност. Тяхното участие в създаването и предлагането на туристически продукти допринася както за съхраняването на местната култура, така и за формирането на по-устойчиви модели на туристическо развитие (Ilieva, L., Todorova, L., 2023).

Тази тенденция е пряко свързана и с променящите се ценности на съвременните потребители, които все по-често поставят акцент върху смисленото потребление, устойчивия начин на живот и социалната отговорност. Съвременният турист търси не само удобство и технологична достъпност, но и възможност да подкрепи местната икономика, да се докосне до природното и културното наследство и да участва в дейности с по-ниско въздействие върху околната среда.

Особено значение в този процес придобива устойчивото развитие на туризма, насочено към съхраняване на природните и културните ресурси за бъдещите поколения. Устойчивият туризъм предполага балансирано управление на ресурсите, ограничаване на негативните екологични въздействия и насърчаване на социалната и икономическата устойчивост на местните общности. В този смисъл устойчивостта се разглежда не само като екологичен принцип, а като цялостен модел на развитие, който съчетава икономическа ефективност, социална ангажираност и културно съхраняване.

Нарастващото значение на автентичността поставя и нови изисквания към туристическите организации и дестинации. От тях се очаква не само да внедряват съвременни технологии, но и да създават туристически продукти, които съхраняват локалната идентичност, културното наследство и човешкото измерение на туристическото преживяване. Именно способността за съчетаване на дигиталните иновации с автентичността се превръща в един от основните фактори за устойчиво развитие и дългосрочна конкурентоспособност на туристическия сектор (Georgiev, Iv., Tsvetkov, Tsv., 1997).

В този контекст взаимодействието между дигитализацията и автентичността се очертава като ключов елемент за развитието на съвременния туризъм. Фигура 1 визуализира тази взаимовръзка, като представя начина, по който дигиталните технологии, персонализираните услуги и устойчивото управление се преплитат с локалната култура и идентичност при формирането на конкурентоспособна туристическа дестинация. В основата на модела стоят дигиталните технологии, които чрез онлайн платформи, мобилни приложения, изкуствен интелект и Big Data анализи създават условия за по-добра информираност, достъпност и гъвкавост на туристическите услуги. Технологичните решения позволяват събиране и обработка на

информация за потребителските предпочитания, което подпомага разработването на персонализирани туристически продукти и услуги, съобразени с индивидуалните потребности на туристите.



Фигура 1. Взаимодействие между дигитализацията и автентичността в туризма

Източник: авторова разработка

Както е показано на фигурата, персонализираните услуги се превръщат в междинен елемент между технологичната среда и туристическото преживяване. Именно чрез персонализацията дигитализацията придобива

реална стойност за потребителите, тъй като създава усещане за индивидуален подход, удобство и по-високо качество на обслужването. Това води до формиране на по-богати и емоционално значими туристически преживявания, които вече не се основават единствено на посещение на определено място, а на активно участие, културен обмен и лично взаимодействие с дестинацията.

Фигурата ясно показва, че туристическите преживявания са пряко свързани както с локалната култура и идентичност, така и с устойчивото управление на ресурсите. От една страна, автентичността на местната култура, традиции и наследство създава уникалност и отличимост на туристическата дестинация. От друга страна, устойчивото управление гарантира съхраняването на природните и културните ресурси и ограничаването на негативните ефекти от туристическата дейност. Именно взаимодействието между тези два компонента формира основата за устойчиво и дългосрочно развитие на туризма.

В този смисъл конкурентоспособността на туристическата дестинация не се определя единствено от степента на технологична модернизация, а от способността да се постигне баланс между дигиталните иновации и съхраняването на локалната идентичност (Ilieva, L. at al., 2024). Фигура 1 подчертава, че устойчивото развитие на туризма зависи от интегрирането на технологичните решения с човешкото измерение на туристическото преживяване, културното наследство и активното участие на местните общности. Именно този синтез между дигитално и автентично се очертава като основен фактор за създаване на привлекателни, устойчиви и конкурентоспособни туристически дестинации в условията на съвременните глобални трансформации.

В бъдеще успешните туристически дестинации ще бъдат тези, които успяват да интегрират технологичните иновации, без да губят своята идентичност и автентичен характер.

3. Бъдещи тенденции и предизвикателства пред туристическия сектор

Бъдещето на туризма ще бъде повлияно от множество взаимосвързани фактори, сред които климатичните промени, демографските трансформации, геополитическата нестабилност, икономическата несигурност и динамичните промени в потребителското поведение. Туристическият сектор ще трябва да адаптира своите модели на управление към среда, характеризираща се с висока степен на неопределеност, ускорена дигитализация и нарастващи изисквания за устойчиво развитие. В този контекст способността на туристическите организации и дестинации да реагират гъвкаво на глобалните промени ще се превърне в ключов фактор за тяхната конкурентоспособност и устойчивост.

Особено силно влияние върху развитието на туризма оказват климатичните промени, които променят условията за туристическа дейност в редица региони. Повишаването на температурите, екстремните климатични явления, недостигът на водни ресурси и деградацията на природните екосистеми поставят предизвикателства пред морския, зимния и екотуризма. Това налага разработването на адаптивни стратегии за управление на туристическите ресурси, инвестиции в екологична инфраструктура и прилагане на политики за ограничаване на въглеродния отпечатък на туристическата индустрия. Все по-голямо значение ще придобиват зелените инвестиции, енергийната ефективност, кръговата икономика и използването на устойчиви транспортни решения.

Паралелно с това демографските промени също оказват съществено влияние върху туристическото търсене. Нарастването на дела на възрастното население в редица държави ще доведе до засилено търсене на здравен, уелнес и рекреационен туризъм, както и на по-достъпни и сигурни туристически услуги. В същото време поколенията Y и Z формират нов тип туристическо поведение, характеризиращо се с висока дигитална активност, търсене на персонализирани преживявания и предпочитание към устойчиви и социално отговорни туристически продукти. Това изисква туристическите предприятия да адаптират своите маркетингови стратегии и модели на обслужване към новите ценности и очаквания на потребителите.

Съществено влияние върху развитието на сектора оказва и геополитическата нестабилност, свързана с военни конфликти, миграционни процеси, икономически кризи и здравни рискове от глобален мащаб. Последните години показаха, че туристическият сектор е изключително чувствителен към глобални сътресения, които могат рязко да променят туристическите потоци и потребителското доверие. Това поставя необходимостта от изграждане на по-устойчиви и гъвкави модели на управление, основани на диверсификация на туристическите пазари, кризисно планиране и развитие на механизми за бърза адаптация към променящата се среда.

Очаква се развитието на хибридни туристически модели, които комбинират физически и виртуални преживявания. Виртуалните турове, добавената реалност и дигиталните презентации ще се използват не само за маркетинг и популяризиране на дестинациите, но и като част от самото туристическо преживяване. Технологиите ще позволяват предварително „потапяне“ в културната и природната среда на дестинацията, което ще влияе върху избора на туристите и начина, по който те възприемат туристическия продукт. В този контекст границата между физическото и дигиталното туристическо преживяване постепенно ще се размива.

Все по-голямо значение ще имат персонализираните услуги, базирани на анализ на данни, изкуствен интелект и индивидуални потребителски предпочитания. Туристическите организации ще използват интелигентни

системи за анализ на поведението на туристите, което ще позволи създаването на персонализирани оферти, динамично ценообразуване и адаптиране на услугите в реално време. Това ще доведе до по-висока степен на удовлетвореност на клиентите, но едновременно с това ще постави и въпроси, свързани със защитата на личните данни, етичната употреба на информация и киберсигурността.

Наред с технологичната трансформация ще се засилва и необходимостта от устойчиви практики, социална отговорност и активно участие на местните общности в развитието на туризма. Все повече туристи ще предпочитат дестинации и предприятия, които демонстрират ангажираност към опазването на околната среда, подкрепата на местната икономика и съхраняването на културното наследство. Това ще превърне устойчивостта от конкурентно предимство в задължително условие за успешно позициониране на туристическия пазар.

Туристическите предприятия ще бъдат изправени и пред необходимостта от инвестиции в дигитални компетентности, иновации и организационна адаптивност. Автоматизацията и дигитализацията ще променят структурата на заетостта в сектора, като ще се увеличава значението на уменията, свързани с управление на данни, дигитален маркетинг, работа с интелигентни системи и онлайн комуникация. В същото време обаче човешкият фактор ще запази своята ключова роля. Независимо от технологичния напредък, туристическото преживяване ще продължи да се основава на емоции, междуличностно взаимодействие, доверие и качество на обслужването.

Именно поради това бъдещето на туризма ще се определя не само от степента на технологична модернизация, но и от способността на туристическите организации да съчетават иновациите с човешкото измерение на туристическите услуги. Успешни ще бъдат онези дестинации и предприятия, които успяват да интегрират дигиталните технологии, устойчивото управление и автентичните преживявания в единен модел на развитие, ориентиран към потребностите на съвременния турист.

Заключение

Туризмът в епохата на преходи се развива под въздействието на две взаимно свързани и взаимнодопълващи се тенденции – ускорената дигитализация и засиленото търсене на автентичност. Технологичните иновации променят начина, по който туристите планират, резервират и преживяват своите пътувания, като създават нови възможности за персонализирано обслужване, по-ефективно управление на туристическите ресурси и повишаване на конкурентоспособността на дестинациите. Развитието на изкуствения интелект, Big Data анализите, виртуалната реалност и интелигентните туристически платформи постепенно трансформира туристическия сектор и

поставя основите на нови модели на туристическо потребление и управление.

Наред с технологичната модернизация обаче съвременните туристи все по-силно търсят емоционални, културни и автентични преживявания, които създават усещане за принадлежност, личен контакт и взаимодействие с местната среда. Това води до нарастващо значение на локалната идентичност, културното наследство, устойчивото развитие и активното участие на местните общности в туристическия процес. В този контекст автентичността се утвърждава като ключов фактор за диференциация и конкурентоспособност на туристическите дестинации.

Изследването показва, че бъдещето на туризма няма да се определя единствено от степента на технологично развитие, а от способността за постигане на баланс между дигиталното и човешкото измерение на туристическото преживяване. Успешните модели на развитие ще бъдат основани на интегрирането на иновации, устойчиви управленски практики, персонализирани услуги и съхраняване на културната и природната идентичност на дестинациите. Именно съчетаването на технологична ефективност с автентичност, социална отговорност и устойчивост ще се превърне в основна предпоставка за дългосрочно развитие и адаптивност на туристическия сектор в условията на глобални трансформации.

В заключение може да се обобщи, че туризмът на бъдещето ще бъде все по-интелигентен, персонализиран и устойчив, но същевременно ще продължи да се основава на човешките емоции, културното взаимодействие и стремежа към автентични преживявания. Именно способността на туристическите организации и дестинации да интегрират дигиталните технологии, без да губят своята идентичност и уникалност, ще определя тяхната устойчивост и конкурентоспособност в дългосрочен план.

Използвана литература

Georgiev, Iv., Tsvetkov, Tsv. (1997). *Management of company innovations and investments.* Sofia: University Publishing House "Economics".

Ilieva L, Petrova M; Todorova L. (2023). Application of technological innovations in the tourism industry. *International Conference on Sustainable, Circular Management and Environmental Engineering (ISCMEE 2023)*, https://doi.org/10.1051/e3sconf/202340801003.

Ilieva, L. at al. (2024). *Increasing the competitiveness of the tourism sector in Bulgaria through the implementation of innovations.* Svishtov: Tsenov.

Ilieva, L., Todorova, L. (2023). Role of technological innovation for sustainable management of tourism organizations. *IOP Conference Series Earth and Environmental Science*, pp. 10.1088/1755-1315/1269/1/012038.

Ракаджийска, Св., Маринов, Ст., Дянков, Т. (2017). *Маркетинг в туризма.* Варна: Издателство "Наука и икономика".

THE FUTURE OF TOURISM IN THE AGE OF TRANSITIONS: BETWEEN THE DIGITAL AND THE AUTHENTIC

Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD[2]
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov
ORCID: 0000-0002-7357-9370

Abstract: The present paper analyzes the main trends and transformations in contemporary tourism in the context of ongoing economic, technological, social and environmental transitions. The study examines the impact of digitalization, artificial intelligence, Big Data analytics, virtual reality and smart tourism technologies on tourist behavior, destination management and the competitiveness of tourism enterprises. Alongside technological transformation, increasing demand for authentic tourism experiences based on local culture, cultural heritage, sustainability and active involvement of local communities is also highlighted. The paper emphasizes the need to balance technological modernization with the preservation of the human dimension of tourism experiences and local identity. Particular attention is paid to the growing role of personalized services, sustainable and adventure tourism, as well as to the challenges facing the tourism sector, including climate change, geopolitical instability, cybersecurity risks and rapidly changing consumer behavior. The study concludes that the future development of tourism will depend on the ability of tourism organizations and destinations to integrate digital innovations, sustainable management practices and authentic experiences into a unified development model focused on the needs of contemporary tourists and meaningful interaction with destinations.

Keywords: tourism, digitalization, authenticity, sustainable tourism, tourist experiences.

[2] l.ilieva@uni-svishtov.bg