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

# ИНОВАЦИОННИ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС – МРЕЖОВИ КОНТЕКСТ

**Искра Пантелеева**[1]
**Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов**
**ORCID 0000-0002-6976-0644**

**Резюме:** В доклада се разглежда общият рамков обхват на иновационния вектор в туристическия бизнес като необходим компонент за поддържане на стабилност и гарантиране на стратегически фокус. Изследват се три взаимосвързани измерения: иновациите в туризма, мрежовият контекст на развитие и механизмите за внедряване на иновации в среда на сътрудничество. Чрез кабинетни методи на изследване се достига до извода, че иновациите в туризма не се ограничават до индивидуални технологични подобрения, а произтичат все повече от интегрирани мрежи, които свързват бизнес, институции, общности, инфраструктурни субекти, посредници и цифрови платформи. Интелигентните технологии, вземането на решения, основани на данни, и структурите за съвместно управление значително повишават конкурентоспособността на дестинациите. Утвърждава се виждането, че устойчивото развитие изисква координирани механизми на системно ниво, подкрепени от обмен на знания, финансови инструменти и цифрова интеграция. Констатациите потвърждават, че бъдещето на туризма зависи от способността му да функционира като мрежова, иновационно ориентирана екосистема, в която сътрудничеството, дигитализацията и устойчивостта формират основата за успешно пазарно позициониране и дългосрочен растеж.

**Ключови думи:** иновации, туризъм, иновационни мрежи.

## Въведение

Туризмът е сектор, силно чувствителен към промените в желанията, потребностите и очакванията на клиентите. В съвременните условия той се развива интензивно, в резултат не само на непрекъснато изменящите се потребности на туристите, но и на новото, което научно-техническото познание предлага в иновационен контекст. Бързата трансформация на глобалния туристически бизнес през последните десетилетия се обуславя от дълбоките технологични, икономически и социални промени. Съвременното общество е все по-структурирано около мрежови системи, в рамките на които информационните потоци, цифровата свързаност и съвместните отношения оформят динамиката на развитието (Castells, 2010), а туризмът, като един от най-взаимосвързаните, интензивно потребяващ и създаващ знания, сектори, е силно повлиян от тези промени. Неговата еволюция зависи не само от технологичния прогрес, но и от способността на заинтересованите страни да си сътрудничат, да обменят идеи, да създават иновации в колаборация.

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

Иновациите се утвърдиха като един от най-успешните инструменти за конкурентна борба и стратегически императив за дългосрочно устойчиво позициониране на пазара на туристически услуги. В сектора на туризма те обхващат разнородна комбинация от технологични, организационни, маркетингови и базирани на преживяване трансформации, които съдействат за създаването на стойност и за повишаване нивото на удовлетвореност на клиентите (Илиева, 2024). На базата на интеграция на цифровите технологии (например: използване на интелигентни системи, анализ на данни, платформени услуги и др.) се предефинира и начинът, по който туристическите продукти се създават, разпространяват и потребяват, а посредством функционирането на интелигентни туристически екосистеми се променя парадигмата за дестинациите като интелигентна, адаптивна и взаимосвързана среда (Buhalis, 2020).

Мрежовият контекст играе ключова роля при идентифицирането на възможностите за иновации (Илиева, 2024). Развитието на туризма все повече се базира на мрежи за сътрудничество, включващи частни предприятия, доставчици на технологии, публични институции, местни общности, инфраструктурни субекти (Тодорова, Г., 2024) и посредници. Конкурентоспособността на дестинациите вече не зависи единствено от потенциала на отделните субекти, а от съвкупния капацитет на заинтересованите страни да планират и координират стратегии, да споделят ресурси и създават стойност съвместно (Ritchie & Crouch, 2003). Този мрежов подход повишава устойчивостта, ускорява дифузията на иновациите и съдейства за устойчиво развитие н туризма. Устойчивостта е важен компонент на иновационното развитие на туризма. Екологичните предизвикателства, климатичните промени, недостигът на ресурси и др. пораждат необходимост от интегрирани решения на системно ниво, чието постигане е възможно само чрез прилагането на координирани действия в рамките на мрежите (Hall, Gössling & Scott, 2015). Интелигентната мобилност, практиките на кръговата икономика и инструментите за дигитален мониторинг са само част от прагматичните проекции на иновациите и устойчивостта, все повече преплитащи се с политиката и практиката в туризма. В този контекст настоящият доклад разглежда иновациите, дигиталната трансформация и мрежовото сътрудничество през призмата на възможностите за оформяне бъдещето на туристическия сектор. Докладът обхваща три ключови измерения: туристическият бизнес през призмата на иновациите; мрежовият контекст на възможностите за иновативно развитие; и механизмите за внедряване на иновации в мрежова среда.

## 1. Туристическият бизнес през призмата на иновационните

Иновациите се превръщат в основна парадигма и отправна точка за развитие на туристическата индустрия (Тодорова, Л., 2024). Туризмът все повече функционира в силно динамична и технологично обусловена среда, в която дигиталните инструменти, мрежовото сътрудничество и вземането

на решения, основани на данни, предефинират конкурентоспособността и създаването на стойност (Buhalis, 2020). В съвременната конфигурация на националните икономики, той не е просто един от традиционните сектори на услугите, а следва да се разглежда като сложна, взаимосвързана екосистема, която непрекъснато се адаптира към глобалните технологични и социални трансформации.

Измеренията на иновационните промени в туристическия сектор са широкообхватни, разнообразни и комбинативно уникални за отделните туристически субекти. Тяхното проявление може да се синтезира и обобщи в следните ключови контекстуални направления:

✓ **Иновациите като двигател на трансформацията.** Дигитализацията е мощен двигател за развитието на съвременния туризъм. Възходът на интелигентния туризъм (включващ сензорни мрежи, анализи в реално време, интелигентни системи за мобилност и др.) предпоставя възможност дестинациите да функционират като интегрирана дигитална среда (Gretzel et al., 2015), като система, която поддържа по-ефективно управление на ресурсите, предоставя персонализирани услуги и актуализира в реално време разчетните данни за динамиката в потока от туристи. Туристическият бизнес все по-често възприема стратегията за дигитална трансформация, базирана на интеграцията между облачни платформи, прогнози чрез използване на изкуствен интелект, автоматизирани системи за резервации и др. Подобни иновации съдействат за повишаване на оперативната ефективност, успоредно с по-добрата персонализация на туристическото преживяване (Neuhofer, 2016).

✓ **Иновации в преживяванията и създаване на стойност.** Значителна част от съвременните туристи търсят уникалност, атрактивност, автентичност, емоционална ангажираност и съвместно създадени преживявания. Съгласно общата рамка на икономиката на преживяванията (Pine & Gilmore, 2011) стойността в съвременния туризъм в много по-голяма степен се генерира чрез запомнящи се, поглъщащи взаимодействия, а не чрез стандартизирани услуги. Това подтиква бизнеса все повече да прилага иновационни модели по отношение на преживяванията, включително туризъм, базиран на общността, хибридни (физически и дигитални) преживявания, тематични маршрути, и др. Виртуалната и добавената реалност като иновативна технология допълнително разширяват обхвата на преживяванията, предлагайки виртуални предварителни прегледи, интерактивно разказани истории, подобрено качество на интерпретивния фокус на различните природни, културни или исторически обекти.

**Иновационни екосистеми, базирани на мрежи.** Иновациите в туризма все по-често са резултат от мрежово сътрудничество и не толкова – от отделни изолирани усилия. По своята същност те са системни, базирани на сътрудничество между различни икономически играчи (Hjalager, 2010). Иновационните мрежи (например: организации за управление на дестина-

ции, координиращи споделени цифрови платформи; публично-частни партньорства, разработващи интелигентна инфраструктура; междурегионални културни маршрути, поддържани от общи цифрови екосистеми, и др.) улесняват обмена на знания, намаляват разходите за създаване и подкрепят интегрираните туристически продукти. Такива структури повишават устойчивостта и конкурентоспособността на туристическите субекти, особено в периоди на криза или ускорена пазарна динамика.

**Устойчивост и отговорни иновации.** Устойчивото развитие се превърна във вътрешна иманентна характеристика на туристическите нововъведения. Технологичните и организационните иновации (например: зелена мобилност, практики за кръгова икономика, инструменти за проследяване на въглеродните емисии и др.) са насочени към нарастващите очаквания на потребителите за отговорно пътуване, като същевременно съдействат за намаляване на някои неблагоприятни въздействия върху околната среда. Системите за интелигентно управление на ресурсите също подпомагат дългосрочното запазване на дестинациите.

В съвременните условия за правене на бизнес иновациите в сферата на туризма не са просто оперативни подобрения, а стратегически императив, от който зависи: способността на бизнеса да бъде уникален, приноса на отделните субекти за конкурентоспособността на дестинациите в национален и международен контекст, устойчивостта на туристическия сектор по време при смущения или кризи, качеството на и индивидуалния подход към преживяванията на туристите. През призмата на иновациите, туризмът се превръща в ориентирана към бъдещето, базирана на знания индустрия, способна на непрекъснато обновяване и адаптиране.

## 2. Мрежови контекст на възможностите за иновационно развитие на туристическия сектор

Съвременните икономики функционират в рамките на мрежово общество, в което стойността се създава чрез взаимосвързани системи, не чрез изолирани участници (Castells, 2010). Иновативното развитие на туристическия сектор все повече зависи от формирането и функционирането на различни мрежови структури, свързващи бизнес, институции, потребители и технологии. Туризмът, със своята многосекторна природа, е особено чувствителен към тази промяна. Мрежовият контекст позволява по-бърз обмен на знания, реализиране на съвместни иновации и интензивна интеграция на цифрови технологии, трансформиращи начина, по който се създават, разпространяват и консумират туристическите продукти.

**Мрежовата логика като основа за иновации.** Иновациите в туризма имат релационен характер. Те рядко възникват в рамките на един субект, предимно произтичат от целенасочените взаимодействия между доставчи-

ци, посредници, публични институции, местни общности и други заинтересовани страни (Hjalager, 2010), като по този начин се създава мрежова иновационна среда, в която идеите се движат свободно, а новите продукти, услуги и преживявания се създават по-лесно по пътя на съвместните усилия. Цифровите платформи, облачните екосистеми и споразуменията за споделяне на данни предпоставят бързо укрепване на тези мрежи и позволяват сътрудничество в реално време при оптимизация на ресурсите. Интелигентните туристически екосистеми разчитат на взаимосвързани заинтересовани страни, които обменят данни, за да подобрят управлението на дестинациите и преживяването на посетителите (Buhalis & Amaranggana, 2015).

**Цифровите платформи като двигател на мрежовите иновации.** Възходът на цифровите платформи коренно промени туристическия сектор. Платформи под формата на системи за резервации, приложения за мобилност и мрежи за споделяне на опит създават нови възможности за иновации. Платформизацията „демократизира“ достъпа до пазари, позволявайки на малките туристически предприятия да участват в глобалните вериги за създаване на стойност (Sigala, 2018). Данните, генерирани чрез тези платформи, подкрепят прогнозния анализ, персонализирания маркетинг и динамичното ценообразуване. Тази мрежова среда, основана на данни, ускорява иновационните цикли и повишава конкурентоспособността.

**Съвместни мрежи и конкурентоспособност на дестинациите.** Конкурентоспособността на дестинациите все повече зависи от способността на заинтересованите страни да си сътрудничат в рамките на структурирани мрежи. Успешните дестинации функционират като координирани системи, в които публичните власти, частните предприятия и обществените организации съвместно разработват стратегии и иновации (като мрежи за сътрудничество, включващи: организации за управление на дестинации, координиращи дигитален маркетинг и интелигентна инфраструктура; трансгранични туристически клъстери, разработващи интегрирани културни или екологични маршрути; публично-частни партньорства, внедряващи иновации в областта на устойчивостта и мобилността, и др.) (Ritchie & Crouch, 2003). Тези мрежи повишават устойчивостта, намаляват фрагментацията и подкрепят развитието на цялостни туристически преживявания.

**Мрежи от знания и разпространение на иновации.** Обменът на знания е критичен компонент на туристическите иновации. Мрежите от знания (свързващи университети, изследователски центрове, предприятия и политици и др. участници) улесняват дисеминацията на иновативните практики сред регионите и в рамките на отделните сектори (Weidenfeld, 2013. Те подкрепят: обучението и изграждането на капацитет, трансфера на технологични решения, съвместните изследвания и пилотните проекти, приемането на стандарти за устойчивост и др. В мрежови контекст знанието се превръща в споделен ресурс, който ускорява трансформацията в целия туристически сектор.

**Мрежова устойчивост и отговорни иновации.** За постигането на устойчиво развитие на туризма все по-широко приложение намират мрежовите подходи. В отговор на екологичните предизвикателства са необходими координирани действия между множество заинтересовани страни (Hall, Gössling & Scott, 2015). Мрежовите инициативи за устойчивост (системи за проследяване на въглеродните емисии, сътрудничество в кръговата икономика, мрежи за интелигентна мобилност и др.) позволяват намаляване на негативното въздействие върху околната среда, като същевременно подкрепят запазване желаното ниво на конкурентоспособност. Тези инициативи могат да се разглеждат като проявление и доказателство за начина, по който мрежовият контекст подпомага разширяването на иновационния обхват извън границите на технологиите, включвайки процесите на управление и ангажирането на различни общности, при поддържането на стратегически фокус и прилагането на дългосрочно планиране.

Мрежовият контекст създава нови възможности за иновативно развитие чрез: подобряване на сътрудничеството и намаляване на фрагментацията, ускоряване обмена на знания и разпространението на иновации, подкрепа за дигиталната трансформация и вземането на решения, основани на данни, укрепване на конкурентоспособността и устойчивостта на дестинациите, осигуряване на интегрирани решения за устойчивост и др. В тази среда туристическите иновации се превръщат в колективен, системен процес, а не в изолирано организационно усилие. По този начин мрежовият контекст представлява стратегическа основа за бъдещото развитие на туристическия сектор.

## 3. Механизми за внедряване на иновативно развитие в туристическия сектор в мрежова среда

Преходът на туристическия сектор към модел, основан на иновации, изисква не само технологична готовност, но и ефективни механизми, които позволяват на заинтересованите страни да операционализират иновациите в мрежова среда. Конкурентните предимства все повече зависят от способността на индустриите да формират клъстери и системи за сътрудничество, които да подкрепят разпространението на иновациите (Porter, 1998). В туризма тези механизми интегрират цифрови инструменти, институционални рамки и модели на съвместно управление, които колективно подобряват капацитета на сектора за трансформация.

**Институционални и управленски механизми.** Ефективното внедряване на иновации изисква координирани структури за управление. В мрежовата ерата управлението на туризма следва да се трансформира от йерархични модели към прилагане на съвместно управление, при което публичните власти, частните предприятия и обществените организации съвместно проектират и изпълняват стратегии за иновации (Dredge & Jamal, 2015).

Ключовите механизми за управление включват: *организации за управление на дестинации (ОДД), действащи като координатори на иновациите; публично-частни партньорства, подкрепящи интелигентна инфраструктура; многостранни съвети от заинтересовани страни, разработващи пътни карти за иновации*. Тези структури осигуряват съгласуване на интересите и намаляват фрагментацията, която е често срещана пречка пред иновациите в туризма.

**Дигитална интеграция и технологични механизми.** Дигиталните технологии се използват като база при внедряването на иновации. Интелигентните туристически екосистеми използват интегрирани цифрови платформи, които свързват заинтересованите страни чрез обмен на данни в реално време (Buhalis, 2020). Към механизмите, които позволяват тази интеграция, могат да се включват: *облачни системи за резервации и дистрибуция, портали за отворени данни за анализ на дестинации, интелигентна мобилност и управление на потока от посетители, базирани на интернет на нещата, механизми за персонализация, управлявани от изкуствен интелект и др*. Тези технологични механизми повишават ефективността, подкрепят вземането на решения, основани на доказателства, и позволяват съвместното създаване на стойност в мрежата.

**Механизми за трансфер на знания и изграждане на капацитет.** Без непрекъснато обучение иновациите не могат да бъдат устойчиви. Туризмът е индустрия, интензивно наситена на знания, в която иновациите зависят от способността на заинтересованите страни да придобиват, споделят и прилагат нови знания (Cooper, 2006). Механизмите за трансфер на знания включват: *партньорства между университети и индустрията, програми за професионално обучение, иновационни лаборатории и живи лаборатории, трансгранични мрежи за знания, и др*. Тези механизми ускоряват разпространението на иновативни практики и укрепват човешкия капитал на сектора.

**Финансови и икономически механизми**. Внедряването на иновации изисква многопосочна финансова подкрепа и често пъти атрактивни икономически стимули. Иновациите в туризма в много случаи се осъществяват в условията на ограничен достъпа до капитал, особено за малките и средни предприятия (МСП) (Hall & Williams, 2008). Ефективните финансови механизми включват: *иновационни грантове и програми за финансиране от ЕС, данъчни стимули за дигитализация и устойчивост, рисков капитал за стартиращи туристически предприятия, микрофинансиране за инициативи за туризъм, базирани в общността, и др*. Тези инструменти намаляват финансовите бариери и стимулират експериментирането и предприемаческата дейност.

**Механизми, ориентирани към устойчивост**. Устойчивите иновации изискват механизми, които интегрират екологичен и социален контекст. Устойчивостта в туризма следва да се реализира чрез координирани системи,

а не чрез изолирани инициативи (Hall, Gössling & Scott, 2015). Механизмите, подкрепящи устойчивите иновации, включват: *платформи за мониторинг на въглеродните емисии, партньорства за кръгова икономика, интелигентни системи за управление на енергията и водите, управление, базирано в общността, за опазване на ресурсите, и др*. Тези механизми гарантират, че иновациите допринасят за дългосрочната устойчивост на дестинацията.

Посочените по-горе механизми са част от доказателствата, че иновативното развитие на туризма не следва да се разглежда като спонтанен процес, а като структурирана, мрежово активирана трансформация. Тяхното стратегическо значение намира израз в направления като: *укрепване на сътрудничеството и намаляване на системната фрагментация, подобряване на цифровата готовност и технологичната интеграция, подкрепа за непрекъснато обучение и обмен на знания, осигуряване на финансови пътища и схеми за внедряване на иновации, осигуряване на устойчивост и дългосрочна конкурентоспособност, и др*. В мрежова среда тези механизми съвкупно формират оперативната основа за устойчив, адаптивен и ориентиран към иновациите туристически сектор.

## Заключение

В мрежово обусловената среда на съвременния туризъм, иновациите вече не са допълнително предимство, а важно и необходимо условие за устойчиво развитие на бизнеса. Туристическите предприятия, които активно участват в дигитални платформи, мрежи за сътрудничество и междусекторни партньорства, са по-добре позиционирани и по-добре подготвени да отговорят на динамичните пазарни изисквания, да диверсифицират своите предложения и да подобрят конкурентоспособността си. Мрежовите структури предоставят ускорен обмен на знания, улуснен споделен достъп до ресурси и съвместно създаване на стойност – фактори, които значително ускоряват иновационните цикли. В същото време, интегрирането на интелигентни технологии, вземането на решения, основани на данни, и прилагането на бизнес модели, ориентирани към опита, отваря нови пътища за персонализирани услуги и подобрена оперативна ефективност. Тези възможности се усилват, когато туристическите субекти работят в условията на добре функциониращи регионални, национални и международни мрежи, които подкрепят разпространението на иновации и колективното решаване на проблеми.

**БЛАГОДАРНОСТИ**: Докладът е резултат от дейностите по проект № КП-06-Н65/10 от 12.12.2022 г. „Формални и неформални иновационни мрежи”, осъществяван с финансовата подкрепа на Фонд „Научни изследвания“ на Република България.

## Използвана литература


Илиева, Л. (2024). Трансфер на иновации в хотелиерството чрез формални и неформални мрежи. *Формални и неформални иновационни мрежи : Национални кръгла маса. Сборник с доклади - Свищов*, 27 май 2024 г.; АИ Ценов; Р България; стр. 114-121; ISBN: 978-954-23-2493-5.

Тодорова, Г. (2024). Ролята на международните летища на България за развитие на туризма в страната. *Сборник с доклади от VII Международна научно-практическа конференция "Съвременните социално-икономически системи",* 16-18 февруари 2024, Ниш, Сърбия, НБУ, Аскони-Издат, 626-631.

Тодорова, Л. (2024). Въздействие на формалните и неформални мрежи върху иновационните процеси в туризма. *Формални и неформални иновационни мрежи : Национални кръгла маса. Сборник с доклади - Свищов*, 27 май 2024 г.; АИ Ценов; Р България; стр. 105-113; ISBN: 978-954-23-2493-5

Buhalis, D. (2020). Technology in tourism: From information communication technologies to eTourism and smart tourism. *Tourism Review*, 75(1), 267-272. https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). *Smart tourism destinations*. *In: Xiang, Z. & Tussyadiah, I. (Eds.), Information and Communication Technologies in Tourism, Proceedings of the International Conference in Dublin, Ireland, January 21-24, 2014*, 553-564. Springer.

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell. DOI:10.1002/9781444319514.

Cooper, C. (2006). Knowledge management and tourism. *Annals of Tourism Research*. 33(1), 47-64. https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.04.005.

Dredge, D., & Jamal, T. (2015*).* Progress in collaborative tourism governance*. Tourism Management, 51, 285-297.* https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.002.

Gössling, S., & Scott, D. (2018). The decarbonisation impasse: global tourism leaders' views on climate change mitigation. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), 2071-2086.

Hall, C. M., Gössling, S., & Scott, D. (2015). *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets, 25*(3), 179-188**.** https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8**.**

Hall, C. M., & Williams, A. M. (2008). *Tourism and Innovation*. Routledge.

Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management, 31*(1), 1-12. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012.

Neuhofer, B. (2016). *Innovation in tourism experience design: Smart technologies and the experience economy*. Springer.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The Experience Economy*. Harvard Business Review Press.

Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition*. Harvard Business Review.

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI.

Sigala, M. (2018). Social media and customer engagement in the tourism network economy. *Tourism Management Perspectives, 28*, 11.26. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.02.009.

Weidenfeld, A. (2013). Tourism and cross-border knowledge networks. *Annals of Tourism Research*, 40, 191-213. https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.003 https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.003.

# INNOVATIVE OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF THE TOURISM BUSINESS – NETWORK CONTEXT

**Iskra Panteleeva**[2]
**D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov**
**ORCID 0000-0002-6976-0644**

**Abstract:** The report examines the general framework scope of the innovation vector in the tourism business as a necessary component for maintaining stability and ensuring strategic focus. Three interrelated dimensions are explored: tourism innovation, the network context of development and mechanisms for implementing innovations in a collaborative environment. Through desk-based research methods, it is concluded that tourism innovation is not limited to individual technological improvements, but increasingly arises from integrated networks that connect businesses, institutions, communities, infrastructure entities, intermediaries and digital platforms. Smart technologies, data-driven decision-making and joint governance structures significantly increase the competitiveness of destinations. The view is confirmed that sustainable development requires coordinated mechanisms at a system level, supported by knowledge exchange, financial instruments and digital integration. The findings confirm that the future of tourism depends on its ability to function as a networked, innovation-driven ecosystem, in which collaboration, digitalization and sustainability form the basis for successful market positioning and long-term growth.

**Keywords:** innovation, tourism, innovation networks.

[2] i.panteleeva@uni-svishtov.bg