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

ИНОВАЦИИТЕ В КОНТЕКСТА НА ТУРОПЕРАТОРСКАТА ДЕЙНОСТ

Любомира Тодорова[1]
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
ORCID идентификатор 0000-0001-5200-6170

Резюме: Настоящият доклад разглежда ролята на иновациите в туроператорската дейност и тяхното значение за развитието и конкурентоспособността на туристическите предприятия. Анализирана е същността на иновациите като инструмент за усъвършенстване на туристическите услуги, управленските практики и бизнес процесите. Специално внимание е отделено на дигиталната трансформация като ключов фактор за модернизация на туроператорската дейност. Разгледани са възможностите на онлайн резервационните системи, мобилните технологии, анализа на данни, изкуствения интелект и автоматизацията за повишаване на ефективността и качеството на обслужване. Изследвани са и основните предизвикателства пред внедряването на иновации, свързани с необходимостта от инвестиции, квалифицирани кадри, организационна адаптация и гарантиране на киберсигурността. Получените резултати потвърждават, че иновациите играят решаваща роля за адаптирането на туроператорите към динамичната дигитална среда и за укрепването на техните конкурентни предимства.

Ключови думи: иновации, туроператорска дейност, дигитална трансформация, изкуствен интелект, конкурентоспособност.

Въведение

Съвременната туристическа индустрия се характеризира с висока динамика, дигитализация и нарастващи изисквания от страна на потребителите. В тези условия иновациите се превръщат в ключов фактор за конкурентоспособността на туроператорските предприятия. Туроператорите вече не изпълняват единствено посредническа функция между доставчици и туристи, а изграждат цялостни дигитални туристически преживявания чрез използването на съвременни информационни технологии, автоматизация, изкуствен интелект и платформи за онлайн резервации.

Според различни изследвания дигиталната трансформация оказва съществено влияние върху туристическия сектор, като променя начина на създаване, предлагане и потребление на туристически услуги (Gutierriz et al., 2023).

1. Същност на иновациите в туроператорската дейност

Иновациите са сред основните фактори за развитие и конкурентоспособност в съвременната туристическа индустрия. В условията на

[1] e-mail: l.todorova@uni-svishtov.bg

глобализация, дигитализация и нарастващи потребителски изисквания туроператорите са изправени пред необходимостта непрекъснато да усъвършенстват своите продукти, услуги и управленски практики. Според дефиницията на OECD иновацията представлява внедряване на нов или значително подобрен продукт, процес, маркетингов метод или организационен модел, който създава добавена стойност и повишава ефективността на дейността (OECD & Eurostat, 2018).

Спецификата на туроператорската дейност определя и особеностите на иновационните процеси в сектора. Туристическият продукт е комплексен и се формира чрез взаимодействието между множество участници, поради което иновациите обхващат не само технологични решения, но и нови форми на организация, комуникация и създаване на туристически преживявания (Hjalager, 2010). В научната литература иновациите в туризма се разглеждат като процес на създаване и комбиниране на нови ресурси, знания и практики с цел формиране на конкурентни предимства. Те могат да се проявят чрез разработването на нови туристически продукти, усъвършенстването на процесите по организиране и предоставяне на услуги, внедряването на иновативни маркетингови подходи или прилагането на нови организационни модели (Schumpeter, 1934; Hjalager, 2010). През последните години особено значение придобиват дигиталните иновации, свързани с използването на информационни технологии, онлайн платформи, мобилни приложения и интелигентни системи за управление на взаимоотношенията с клиентите. Тези решения позволяват на туроператорите да предлагат персонализирани услуги, да оптимизират бизнес процесите и да подобряват качеството на туристическото преживяване (Buhalis & Law, 2008).

Съществена роля за успешното внедряване на иновации има и изграждането на организационна среда, която насърчава креативността, обучението и адаптивността към промените. В този контекст иновациите могат да бъдат, както постепенни подобрения на съществуващи услуги, така и помащабни трансформации, водещи до промяна на бизнес моделите и начина на предоставяне на туристическите услуги (Hall & Williams, 2008). Иновациите в туроператорската дейност представляват комплексен процес, който обединява технологични, организационни и маркетингови промени с цел повишаване на ефективността, удовлетвореността на потребителите и дългосрочната конкурентоспособност на туристическите предприятия.

2. Дигитална трансформация на туроператорите

Дигиталната трансформация е сред ключовите процеси, които променят съвременната туроператорска дейност. Тя надхвърля рамките на технологичното обновление и обхваща цялостна промяна в начина, по който туристическите предприятия създават, предлагат и управляват своите услуги. В условията на засилена конкуренция и динамично потребителско

поведение дигитализацията се превръща в стратегически фактор за трансформация на бизнес моделите и създаване на нови форми на стойност в туроператорската дейност (Gutierriz et al., 2023).

Развитието на информационните и комуникационните технологии трансформира традиционните модели на работа в туристическата индустрия. Онлайн резервационните платформи, глобалните дистрибуционни системи и мобилните приложения позволяват по-бързо обслужване, подобра координация между участниците в туристическия процес и по-широк достъп до международни пазари. Това създава условия за по-гъвкаво управление на туристическите продукти и по-ефективно взаимодействие с клиентите (Buhalis & Law, 2008).

Съществено значение за дигиталната трансформация има и използването на големи масиви от данни и аналитични инструменти. Чрез анализа на потребителските предпочитания и пазарните тенденции туроператорите могат да разработват персонализирани предложения, да прогнозират търсенето и да подобряват процеса на вземане на управленски решения (Aly et al., 2022). Дигиталните комуникационни канали променят начина, по който туристите търсят информация и осъществяват резервации, което налага изграждането на по-интерактивни и клиентски ориентирани форми на комуникация. Все по-голямо значение се отделя и на изкуствения интелект и автоматизация, които подпомагат обработката на клиентски запитвания, персонализирането на туристическите предложения и оптимизирането на оперативните процеси, като същевременно повишават качеството на обслужване и организационната ефективност (Ku, 2025).

Наред с многобройните ползи дигиталната трансформация поставя и редица предизвикателства, свързани с необходимостта от инвестиции, наличие на квалифицирани кадри и гарантиране на киберсигурността. Особено чувствителен остава въпросът за защитата на личните данни в условията на все по-интензивно използване на цифрови технологии (Restrepo-Morales et al., 2026). Въпреки това, дигиталната трансформация се утвърждава като основен двигател на иновациите в туроператорската дейност. Нейното успешно прилагане създава предпоставки за по-висока ефективност, по-добро клиентско обслужване и устойчиво развитие на туристическите предприятия в съвременната дигитална среда.

3. Изкуствен интелект и автоматизация в туроператорската дейност: възможности и предизвикателства

Изкуственият интелект и автоматизацията се утвърждават като ключови фактори в процеса по трансформация на туроператорската дейност. Те съществено променят начина, по който туристическите предприятия управляват своите процеси и взаимодействат с клиентите. Благодарение на способността си да извлича закономерности от комплексни информационни

потоци и да идентифицира модели в потребителското поведение, AI подпомага вземането на управленски решения, прогнозирането на туристическото търсене и създаването на персонализирани туристически предложения (Li et al., 2021). Едно от най-значимите приложения на изкуствения интелект е автоматизирането на комуникацията с клиентите чрез чатботове, виртуални асистенти и интелигентни системи за обслужване. Тези технологии осигуряват бърз достъп до информация, обработка на резервации и непрекъсната поддръжка, като едновременно с това повишават ефективността на обслужването и удовлетвореността на потребителите (Tussyadiah, 2020). Автоматизацията оказва съществено влияние и върху вътрешните процеси на туристическите предприятия. Чрез интегрирани дигитални системи туроператорите оптимизират управлението на резервации, клиентски данни и ценообразуване, което допринася за намаляване на административните разходи и повишаване на оперативната ефективност. Същевременно AI технологиите създават възможности за по-прецизно сегментиране на потребителите и създаване на индивидуализирани туристически решения (Ukpabi et al., 2019). Независимо от своите предимства, внедряването на изкуствен интелект е свързано и с редица предизвикателства. Сред тях се открояват необходимостта от значителни инвестиции, развитието на подходящи дигитални компетентности и гарантирането на сигурността на обработваните данни. Освен това нараства значението на етичните аспекти при използването на AI решения и необходимостта от запазване на баланса между автоматизираното обслужване и човешкото взаимодействие, което остава важен елемент от туристическото преживяване (Tussyadiah, 2020). Постепенно изкуственият интелект и автоматизацията се превръщат в стратегически инструмент за създаване на по-висока организационна адаптивност и устойчивост в динамична пазарна среда (Илиева, Л., & Крастанова, В., 2022).

Въпреки значителния потенциал на изкуствения интелект и автоматизацията, тяхното внедряване не следва да се разглежда като изцяло технологичен процес. То предполага комплексна организационна трансформация, която засяга структурата на управление, начина на вземане на решения и ролята на човешкия капитал в туристическите предприятия. В този смисъл ефективността на технологичните решения зависи не толкова от тяхната техническа сложност, колкото от способността на организациите да ги интегрират в съществуващите бизнес процеси и да изградят необходимия институционален и управленски капацитет за тяхното използване (Hall & Williams, 2008). На практика технологичните промени създават нови форми на взаимозависимост между цифровите ресурси и организационните компетентности. Предприятията, които не разполагат с достатъчно експертен потенциал или с адекватна иновационна култура, често изпитват затруднения при реализирането на очакваните ползи от автоматизацията. Това е особено валидно за малките и средните туроператори, при които

ограниченият достъп до финансови ресурси и специализирани кадри може да задълбочи технологичното изоставане и да доведе до формиране на нови конкурентни неравенства в сектора (Restrepo-Morales et al., 2024).

Заедно с икономическите и организационните измерения на проблема все по-голямо значение придобиват и въпросите, свързани с етиката и управлението на данните. Функционирането на AI системите се основава на обработката на значителни масиви от потребителска информация, което поставя на преден план необходимостта от прозрачност, отчетност и защита на личните данни. В научната литература все по-често се акцентира върху риска алгоритмичните решения да възпроизвеждат съществуващи пристрастия или да ограничават автономността на потребителите, ако липсват адекватни механизми за контрол и регулация (Tussyadiah, 2020). Поради това успешното внедряване на интелигентни технологии следва да бъде съпътствано от изграждането на ясни етични стандарти и политики за отговорно управление на данните.

Поради високата степен на емоционална ангажираност и персонално взаимодействие между доставчика и потребителя на услугата, автоматизацията не бива да се възприема като заместител на човешкия фактор, а като средство за неговото допълване и подпомагане. Водещите тенденции в развитието на туризма показват, че устойчиво конкурентно предимство биха притежавали онези предприятия, които успеят да съчетаят аналитичните възможности на изкуствения интелект с експертните знания, креативността и емпатията на човешкия ресурс. По този начин технологиите не елиминират ролята на човека, а променят нейното съдържание и стратегическо значение в процеса на създаване на туристическа стойност.

В по-широк план изкуственият интелект и автоматизацията следва да бъдат разглеждани като катализатор на структурни промени в туроператорската дейност, водещи до трансформиране не само на оперативните процеси, но и на самата логика на създаване, управление и потребление на туристически продукти. В резултат конкурентоспособността на туристическите предприятия все по-малко ще зависи от достъпа до материални ресурси и все повече от способността им да генерират, анализират и използват знания и данни за създаване на персонализирани и иновативни туристически решения. Именно в тази перспектива изкуственият интелект се очертава не просто като технологична иновация, а като стратегически фактор за дългосрочното развитие и устойчивостта на туроператорската дейност в условията на дигиталната икономика.

От тази гледна точка технологичната трансформация в туроператорската дейност следва да се разглежда не като процес на дигитализация сам по себе си, а като преход към нова управленска парадигма, основана на данни, знания и интелигентно вземане на решения.

Заключение

Развитието на туристическата индустрия през последните десетилетия е неразривно свързано с ускорените процеси на технологична, икономическа и социална трансформация, които променят условията за функциониране на туристическите предприятия. В тази динамична среда способността за адаптация към промените се превръща в определящ фактор за устойчивостта и пазарното позициониране на туроператорите. Именно в този контекст иновациите се утвърждават като стратегически ресурс, чрез който организациите не само реагират на външните предизвикателства, но и активно формират нови възможности за развитие.

Проведеният анализ показва, че устойчивото развитие на съвременните туроператори все по-силно зависи от тяхната способност да управляват промяната, да интегрират иновации и да адаптират своите бизнес модели към динамиката на туристическия пазар. Технологичният напредък сам по себе си обаче не е достатъчно условие за успешно развитие. Реалният ефект от внедряването на иновации зависи от наличието на подходящ организационен капацитет, управленска визия и готовност за промяна.

Същевременно дигиталната трансформация не следва да се възприема като универсално решение за всички предизвикателства пред туристическите предприятия. Нейното прилагане е свързано с редица ограничения, сред които необходимостта от значителни инвестиции, рискът от технологична зависимост и задълбочаването на различията между предприятията с различен ресурсен и иновационен потенциал. Наред с това нарастващото използване на данни и интелигентни алгоритми поставя въпроси, свързани с киберсигурността, защитата на личната информация и етичните аспекти на автоматизираното вземане на решения.

Дигитализацията и интелигентните технологии поставят нови изисквания пред туристическите предприятия, свързани с развитието на човешкия капитал, защитата на данните и изграждането на устойчиви механизми за управление на иновационните процеси. Това предполага преход от традиционни модели на функциониране към по-гъвкави, ориентирани към знанието и потребителската стойност организационни структури.

На тази основа може да се заключи, че бъдещото развитие на туроператорската дейност ще се определя не толкова от степента на технологично оборудване на предприятията, колкото от способността им да интегрират иновациите в цялостната логика на управление и създаване на туристическа стойност. В условията на дигитална икономика конкурентните предимства все повече ще произтичат от ефективното използване на знания, данни и организационни компетентности, което превръща иновациите в стратегически механизъм за устойчиво развитие и дългосрочна конкурентоспособност на туристическите предприятия.

Използвана литература

Илиева, Л. М., & Крастанова, В. Ш. (2022). Инновационные решения для выхода из кризиса в гостиничном бизнесе. Молодой ученый, 43(438), 248–251. https://moluch.ru/archive/438/95712.

Тодорова, Л., Туроператорство, базирано на иновации: нови подходи и перспективи в съвременния туристически мениджмънт, АИ „Стопански свят“, Свищов, 2026,

Aly, H., El-Haddad, R., & Salem, I. (2022). Big data analytics and tourism industry performance. Sustainability, 14(13), 7889. https://doi.org/10.3390/su14137889

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. Tourism Management, 29(4), 609–623. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005

Gutierriz, I., Ferreira, J. J., & Fernandes, P. O. (2023). Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review. Tourism and Hospitality Research, 25(2). https://doi.org/10.1177/14673584231198414

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

Ku, E. C. S. (2025). Digital transformation and tourism service innovation performance: The moderating effects of ICT readiness in tourism businesses' innovation. Asia Pacific Journal of Tourism Research. https://doi.org/10.1080/10941665.2025.2574035

Li, J., Bonn, M. A., & Ye, B. H. (2021). Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention: The moderating roles of perceived organizational support and competitive psychological climate. Tourism Management, 87, 104356. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104356

OECD, & Eurostat. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation (4th ed.). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9789264304604-en

Restrepo-Morales, J. A., Ararat-Herrera, J. A., López-Cadavid, D. A., & Camacho-Vargas, A. (2024). Breaking the digitalization barrier for SMEs: A fuzzy logic approach to overcoming challenges in business transformation. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 13, Article 84. https://doi.org/10.1186/s13731-024-00429-w

Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development, Harvard University Press.

Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on artificial intelligence and robotics in tourism. Annals of Tourism Research, 81, 102883. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883

Ukpabi, D. C., Aslam, B., & Karjaluoto, H. (2019). Chatbot adoption in tourism services: A conceptual exploration. Robotics and Computer-Integrated Manufacturing, 59, 251–261. https://doi.org/10.1016/j.rcim.2019.01.004

INNOVATION IN THE CONTEXT OF TOUR OPERATOR ACTIVITY

Lyubomira Todorova[2]
D. A. Tsenov Academy of Economics
ORCID 0000-0001-5200-6170

Abstract: This report examines the role of innovation in tour operator activity and its importance for the development and competitiveness of tourism enterprises. The essence of innovation as a tool for improving tourism services, management practices and business processes is analyzed. Special attention is paid to digital transformation as a key factor for the modernization of tour operator activity. The possibilities of online reservation systems, mobile technologies, data analysis, artificial intelligence and automation for increasing the efficiency and quality of service are examined. The main challenges facing the implementation of innovations related to the need for investments, qualified personnel, organizational adaptation and ensuring cybersecurity are also studied. The results obtained confirm that innovations play a crucial role in the adaptation of tour operators to the dynamic digital environment and in strengthening their competitive advantages.

Keywords: innovation, tour operator activity, digital transformation, artificial intelligence, competitiveness.

[2] e-mail: l.todorova@uni-svishtov.bg