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

КУЛТУРНИЯТ ТУРИЗЪМ: МЕЖДУ НАСЛЕДСТВОТО, ПРЕЖИВЯВАНЕТО И МОТИВАЦИЯТА

Гл. ас. д-р Пламен Петров[1]
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
ORCID 0009-0004-4830-2902

Резюме: Културният туризъм е сред най-бързо развиващите се сегменти на съвременната туристическа индустрия, като съчетава опознаването на културното наследство с търсенето на автентични преживявания и личностно обогатяване. Настоящият доклад разглежда културния туризъм през призмата на взаимовръзката между културното наследство, туристическото преживяване и мотивацията за пътуване. Анализирана е ролята на материалното и нематериалното културно наследство като основа за формиране на туристически преживявания, както и влиянието на мотивационните фактори върху туристическото поведение. Специално внимание е отделено на съвременните тенденции в развитието на културния туризъм, свързани с дигитализацията, креативния туризъм, фестивалните събития и устойчивото управление на културните ресурси. На основата на анализа се обосновава необходимостта от интегриран подход при разработването на конкурентоспособни туристически продукти, базирани на културното наследство и потребностите на съвременния турист.

Ключови думи: културен туризъм, културно наследство, туристическо преживяване, туристическа мотивация, устойчив туризъм.

Въведение

През последните десетилетия културният туризъм се утвърждава като един от най-значимите сегменти на международния туристически пазар. Глобалните тенденции показват нарастващ интерес към пътувания, мотивирани не само от почивка и развлечение, но и от стремеж към опознаване на културното наследство, местните традиции, историята и начина на живот на различни общности. В условията на дигитална трансформация и нарастваща конкуренция между туристическите дестинации културното наследство се превръща в стратегически ресурс за създаване на уникални и трудно възпроизводими туристически преживявания.

Съвременният културен турист все по-често търси автентичност, емоционална ангажираност и активно участие в културния живот на посещаваните дестинации. Това променя традиционното разбиране за културния туризъм като пасивно наблюдение на културни забележителности и го трансформира в преживяване, основано на взаимодействие между посетителите, културните ресурси и местните общности. По този начин културното наследство престава да бъде единствено обект на туристическо потребление

[1] p.s.petrov@uni-svishtov.bg

и се превръща в средство за създаване на стойност, идентичност и устойчиво развитие.

Особено значение за развитието на културния туризъм има разбирането на мотивацията за пътуване. Мотивите на културните туристи се простират от търсенето на знания и образование до стремежа към автентични преживявания, социални контакти и самоусъвършенстване. Именно тези мотивационни фактори определят туристическото поведение и оказват влияние върху избора на дестинация, туристически продукт и начин на потребление.

Целта на настоящия доклад е да анализира взаимовръзката между културното наследство, туристическото преживяване и мотивацията като основни елементи на съвременния културен туризъм. За постигането на тази цел се разглеждат същността на културния туризъм, ролята на културното наследство за формирането на туристическото преживяване и основните мотивационни фактори, определящи поведението на културните туристи.

1. Същност и характеристики на културния туризъм

Културният туризъм е сред най-динамично развиващите се форми на специализиран туризъм и заема все по-значимо място в структурата на световната туристическа индустрия. Неговото развитие е пряко свързано с нарастващия интерес на туристите към културното наследство, местните традиции, изкуството, историята и начина на живот на различните общности. В съвременните условия културният туризъм надхвърля традиционното разбиране за посещение на музеи и исторически забележителности и се превръща в средство за придобиване на знания, натрупване на преживявания и изграждане на лична връзка с културната идентичност на дадена дестинация.

Според UN Tourism културният туризъм включва всички форми на туристическа дейност, при които основната или допълнителната мотивация за пътуване е свързана с опознаване, преживяване и потребление на материални и нематериални културни ресурси. В това понятие се включват исторически паметници, археологически обекти, музеи, галерии, архитектурни ансамбли, традиции, обичаи, фестивали, музика, гастрономия и други проявления на културния живот на обществото (UN Tourism, 2025).

Основата на културния туризъм е културното наследство, което представлява съвкупност от материални и нематериални културни ценности, съхраняващи историческата памет и идентичността на обществото. Според UNESCO културното наследство включва не само физическите обекти и паметници, но и живите традиции, знания, умения, празници и ритуали, предавани между поколенията. През последните години именно нематериалното културно наследство придобива все по-голямо значение за

туристическата индустрия поради способността му да създава автентични и трудно възпроизводими преживявания.

Характерна особеност на културния туризъм е неговият комплексен характер. В практиката той рядко се проявява самостоятелно и обикновено се комбинира с други форми на туризъм като градски, събитиен, религиозен, селски, винен, гастрономически и екотуризъм. Именно тази интеграция разширява възможностите за създаване на разнообразни туристически продукти и за привличане на различни целеви групи посетители.

Съвременните изследвания показват, че културният туризъм все повече се ориентира към преживяванията, а не само към културните обекти. Туристите търсят активно участие в местния културен живот, възможности за взаимодействие с местните общности и преживявания, които им позволяват да се почувстват част от културната среда на дестинацията. Това води до развитие на нови форми на културен туризъм, основани на участие в традиционни занаяти, кулинарни практики, фестивали, артистични работилници и интерактивни културни събития.

Особено влияние върху развитието на културния туризъм оказват процесите на дигитализация. Използването на виртуални турове, добавена реалност, интерактивни музейни експозиции, мобилни приложения и дигитални културни архиви значително разширява достъпа до културното наследство и създава нови възможности за неговото представяне пред туристите. Дигиталните технологии не само улесняват достъпа до информация, но и допринасят за повишаване качеството на туристическото преживяване чрез персонализирано съдържание и интерактивност.

В контекста на устойчивото развитие културният туризъм изпълнява важни икономически, социални и културни функции. Той стимулира местната икономика, създава заетост, подпомага съхраняването на културното наследство и насърчава междукултурния диалог. Поради тази причина културният туризъм все по-често се разглежда като стратегически инструмент за устойчиво развитие на туристическите дестинации и за повишаване качеството на живот на местните общности.

Следователно културният туризъм представлява многоизмерно явление, което обединява културното наследство, туристическото преживяване и мотивацията за пътуване. Именно взаимодействието между тези елементи определя неговото значение за развитието на съвременния туризъм и обуславя необходимостта от интегриран подход при управлението и развитието на културните туристически ресурси.

2. Културното наследство като фактор за туристическо преживяване

През последните десетилетия концепцията за туристическото преживяване се утвърждава като една от водещите парадигми в туристическите

изследвания. Съвременният турист все по-рядко се удовлетворява единствено от посещението на културни обекти и все по-често търси емоционално ангажиране, участие и лично преживяване. В този контекст културното наследство придобива ново значение – не само като обект на наблюдение, но и като източник на автентични и запомнящи се преживявания.

Културното наследство представлява съвкупност от материални и нематериални културни ценности, които съхраняват историческата памет, идентичността и традициите на обществото. Неговата туристическа стойност не се определя единствено от историческата или художествената му значимост, а и от способността му да създава емоционална връзка между посетителя и дестинацията. Именно тази връзка превръща културните ресурси в основа за формиране на туристически преживявания с висока добавена стойност.

Съвременните туристи проявяват все по-голям интерес към автентичността на културното наследство. Те търсят възможности за пряк досег с местната култура, традиции и начин на живот, като се стремят да надхвърлят ролята на пасивни наблюдатели. Това обяснява нарастващата популярност на културни събития, фестивали, възстановки на исторически събития, демонстрации на традиционни занаяти, кулинарни работилници и други форми на активно участие в културния живот на дестинацията.

Особено значение за формирането на туристическото преживяване има интерпретацията на културното наследство. Самите културни обекти не създават автоматично туристическа стойност. Необходимо е тяхното съдържание да бъде представено по достъпен, разбираем и емоционално въздействащ начин. Ефективната интерпретация позволява на посетителите не само да получат информация, но и да осмислят значението на културните ценности и тяхната връзка със съвременния живот. По този начин туристическото преживяване се превръща в процес на учене, съпреживяване и лично обогатяване.

Все по-голяма роля за обогатяване на културното преживяване играят дигиталните технологии. Виртуалната и добавената реалност, интерактивните музейни експозиции, мобилните приложения и дигиталните гидове създават нови възможности за представяне на културното наследство. Те позволяват на посетителите да се потопят в историческата среда, да визуализират отминали събития и да получат персонализирана информация според своите интереси. Според Европейската комисия дигитализацията на културното наследство е сред основните инструменти за подобряване на достъпа до културни ресурси и за повишаване качеството на туристическото преживяване (European Commission, 2024).

Наред с образователната си функция културното преживяване има и силно емоционално измерение. Посещението на културни обекти често е свързано с чувство за принадлежност, вдъхновение, възхищение или личностно развитие. Именно емоционалните реакции оказват съществено

влияние върху удовлетвореността на туристите и върху вероятността те да препоръчат дадена дестинация или да я посетят повторно.

В съвременния туризъм културното наследство се превръща в своеобразна сцена за създаване на преживявания, които комбинират познание, емоции и участие. Това обяснява защо туристическите дестинации все по-често инвестират не само в опазването на културните ресурси, но и в разработването на иновативни форми за тяхното представяне. По този начин културното наследство се утвърждава като ключов фактор за създаване на конкурентоспособни туристически продукти и за изграждане на устойчиви отношения между туристите, местните общности и културната среда.

3. Туристическата мотивация в културния туризъм

Мотивацията за пътуване е сред основните фактори, определящи туристическото поведение и избора на туристическа дестинация. В сферата на културния туризъм тя има особено значение, тъй като културните туристи се отличават със специфични интереси, ценности и очаквания, свързани с опознаването на културното наследство и натрупването на нови знания и преживявания. Разбирането на мотивационните механизми е от съществено значение за разработването на ефективни туристически продукти и за повишаване конкурентоспособността на културните дестинации.

Съвременните изследвания показват, че мотивацията за участие в културен туризъм е многопластова и включва съчетание от образователни, социални, емоционални и развлекателни фактори. За част от туристите водещ мотив е желанието за придобиване на нови знания относно историята, изкуството и културата на дадена дестинация. За други основен стимул са търсенето на автентичност, стремежът към личностно развитие или възможността за участие в уникални културни събития и преживявания.

Особено значение в изследванията на културния туризъм има концепцията за автентичността. Съвременните туристи все по-често търсят реален досег с местните общности, традиции и културни практики. Те проявяват интерес към ежедневния начин на живот, местната кухня, занаятите, празниците и обичаите, които създават усещане за уникалност и различност. Именно стремежът към автентичност обяснява засиления интерес към нематериалното културно наследство и към форми на туризъм, които позволяват активно участие в културния живот на дестинацията.

Една от най-популярните концепции за сегментиране на културните туристи е разработена от McKercher и Du Cros, които разграничават различни типове културни туристи в зависимост от значимостта на културния мотив и дълбочината на преживяването. От тази гледна точка могат да бъдат обособени туристи, за които културата е основна причина за пътуване, както и такива, за които културното преживяване е допълващ елемент към други туристически мотиви.

Първата група включва т.нар. специфични културни туристи (specific cultural tourists), при които културният интерес е основен мотив за избор на дестинация. Те планират пътуванията си целенасочено с намерение да посещават музеи, археологически обекти, исторически градове, културни маршрути, изложби, фестивали и други културни прояви. За тях културното съдържание на дестинацията е водещ фактор при вземането на решение за пътуване.

Втората група обхваща общите културни туристи (general cultural tourists), при които културата е само една от няколкото причини за пътуване. Тези туристи посещават културни обекти по време на своята ваканция, но културните преживявания не са основната цел на тяхното пътуване. Независимо от това те формират значителна част от посетителите на културните атракции и оказват съществено влияние върху развитието на културния туризъм.

Наред с образователните мотиви все по-голямо значение придобиват емоционалните мотиви. Туристите търсят вдъхновение, развлечение, бягство от ежедневието и възможности за създаване на запомнящи се преживявания. Културните събития, фестивалите, концертите, историческите възстановки и артистичните прояви предоставят именно такава възможност, като съчетават познание с емоционално въздействие.

Съществен фактор за мотивацията на културните туристи е и социалното взаимодействие. Участието в културни събития създава възможности за контакти с хора със сходни интереси, за междукултурен обмен и за изграждане на чувство за принадлежност към определени общности. В условията на глобализация това придобива особено значение, тъй като културният туризъм все по-често се разглежда като средство за насърчаване на междукултурния диалог и социалното сближаване.

Развитието на дигиталните технологии също оказва влияние върху мотивацията за културни пътувания. Социалните мрежи, туристическите платформи и онлайн общностите улесняват достъпа до информация и стимулират интереса към нови културни дестинации. Визуалното съдържание, виртуалните турове и споделените преживявания на други туристи често се превръщат в допълнителен мотив за избор на конкретно място за посещение.

Следователно мотивацията в културния туризъм представлява сложна комбинация от познавателни, емоционални, социални и поведенчески фактори. Разбирането на тези мотиви позволява по-добро адаптиране на туристическото предлагане към потребностите на различните групи посетители и създаване на културни туристически продукти, които не само удовлетворяват очакванията на туристите, но и допринасят за устойчивото развитие на туристическите дестинации.

Заключение

Културният туризъм се развива като сложна система от взаимосвързани елементи, в която културното наследство, туристическото преживяване и мотивацията за пътуване формират основата на туристическото търсене и предлагане. Културното наследство осигурява ресурсната база за развитие на туристическите дестинации, докато преживяването и мотивацията определят начина, по който туристите възприемат и оценяват предлаганите културни продукти.

Съвременните тенденции показват нарастващо значение на автентичността, интерактивността и персонализацията на туристическите преживявания. Все по-важна роля играят фестивалните събития, културните маршрути, дигиталните технологии и креативните форми на участие, които разширяват възможностите за представяне и интерпретация на културното наследство.

Устойчивото развитие на културния туризъм изисква балансиране между икономическите ползи от туристическата дейност и необходимостта от опазване на културните ценности. Ефективното управление на културните ресурси, активното участие на местните общности и използването на иновативни подходи за интерпретация и популяризиране на наследството са сред ключовите предпоставки за повишаване конкурентоспособността на туристическите дестинации и за съхраняване на културното многообразие за бъдещите поколения.

Използвана литература

European Commission. (2024). *Digital cultural heritage*. European Commission. https://digital-strategy.ec.europa.eu

McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.

UN Tourism. (2025). *World Tourism Barometer*. Madrid: UN Tourism.

UNESCO. (2024). *Culture and sustainable development*. Paris: UNESCO Publishing. https://www.unesco.org

UNESCO. (2024). *Intangible cultural heritage and sustainable tourism*. Paris: UNESCO Publishing. https://ich.unesco.org

CULTURAL TOURISM: BETWEEN HERITAGE, EXPERIENCE AND MOTIVATION

Head Assist.Prof. Plamen Petrov, PhD[2]
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov, Bulgaria
ORCID: 0009-0004-4830-2902

Abstract: Cultural tourism is among the fastest-growing segments of the contemporary tourism industry, combining the exploration of cultural heritage with the search for authentic experiences and personal enrichment. This paper examines cultural tourism through the relationship between cultural heritage, tourist experience and travel motivation. The study analyzes the role of tangible and intangible cultural heritage as a foundation for creating meaningful tourism experiences and explores the influence of motivational factors on tourist behavior. Special attention is paid to current trends in cultural tourism development, including digitalization, creative tourism, cultural events and the sustainable management of cultural resources. The findings highlight the growing importance of authenticity, participation and emotional engagement in shaping tourist experiences. The paper argues that an integrated approach to heritage management and tourism development is essential for creating competitive cultural tourism products and enhancing the attractiveness of destinations in an increasingly dynamic and digital environment.

Keywords: cultural tourism; cultural heritage; tourist experience; tourist motivation; sustainable tourism.

[2] p.s.petrov@uni-svishtov.bg