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

ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ДИГИТАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЪРХУ ТРАНСФОРМАЦИЯТА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Докторант Теодора Андреева Попова[1]
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов

Резюме: Настоящият доклад разглежда влиянието на дигиталните технологии върху трансформацията на туристическите предприятия в условията на динамична пазарна среда и ускорена дигитализация. Анализирани са основните технологични решения, които променят начина на функциониране на туристическия бизнес – онлайн резервационни системи, изкуствен интелект, облачни технологии, мобилни приложения, CRM системи и дигитален маркетинг. Изследването акцентира върху значението на дигиталната трансформация за повишаване конкурентоспособността, оптимизирането на оперативните процеси и подобряването на клиентското преживяване. Специално внимание е отделено на предизвикателствата, свързани с внедряването на новите технологии, включително необходимостта от инвестиции, дигитални компетентности и адаптация на организационната култура. В заключение се подчертава, че дигиталните технологии се превръщат в ключов фактор за устойчивото развитие и иновациите в туристическия сектор.

Ключови думи: дигитализация, туристически предприятия, дигитална трансформация, иновации, туристически технологии.

Въведение

Дигитализацията оказва съществено влияние върху развитието на туристическия сектор и трансформира начина, по който туристическите предприятия организират своята дейност, комуникират с клиентите и предоставят туристически услуги. В условията на глобална конкуренция и нарастващи изисквания на потребителите внедряването на дигитални технологии се превръща в необходимост за повишаване ефективността и конкурентоспособността на предприятията в туризма.

Развитието на интернет технологиите, мобилните комуникации и платформената икономика променя традиционните бизнес модели в туризма. Туристическите предприятия все по-често използват автоматизирани системи за управление, онлайн канали за продажби и инструменти за анализ на потребителското поведение. Това създава възможности за персонализиране на туристическите услуги и подобряване на цялостното клиентско преживяване.

Целта на настоящия доклад е да се анализира въздействието на дигиталните технологии върху трансформацията на туристическите предприятия, въз основа на което да се очертаят предизвикателствата и перспективите пред дигиталната трансформация в туристическия сектор.

[1] tete81@abv.bg

1. Дигиталните технологии като фактор за трансформация на туристическите предприятия

Иновациите се утвърждават като стратегически фактор за устойчивото развитие на туристическия сектор (Божинова, Илиева, Тодорова, & Павлов, 2025, с. 12), а дигиталните технологии оказват комплексно и всеобхватно въздействие върху управлението, организацията и функционирането на туристическите предприятия. В условията на динамична пазарна среда и нарастваща глобална конкуренция дигитализацията се превръща в стратегически фактор за развитие на туристическия сектор. Тя не само променя начина на предоставяне на туристическите услуги, но и трансформира бизнес моделите, маркетинговите подходи и комуникацията с клиентите (Buhalis & Law, 2008).

Един от най-значимите аспекти на тази трансформация е дигитализацията на процесите по резервация и продажба на туристически услуги. Онлайн платформите и електронните канали за дистрибуция предоставят възможност на потребителите бързо и лесно да сравняват оферти, да резервират услуги и да получават информация в реално време. Това значително променя поведението на туристите, които все по-често предпочитат самостоятелно организиране на пътуванията чрез дигитални платформи. Според Световната организация по туризъм дигиталните технологии създават предпоставки за по-висока прозрачност, по-добра информираност и по-голяма достъпност на туристическите услуги (UNWTO, 2024).

Развитието на платформената икономика оказва сериозно влияние върху туристическия сектор. Платформи като Booking.com, Airbnb и Expedia трансформират традиционните канали за продажба и маркетинг, като същевременно повишават конкурентния натиск върху туристическите предприятия. Това налага необходимостта от адаптация към новите дигитални модели на управление и комуникация с клиентите (European Commission, 2023).

Особено значение придобиват системите за управление на взаимоотношенията с клиентите (CRM), които подпомагат събирането, обработката и анализа на информация за потребителските предпочитания. Чрез използването на големи масиви от данни (Big Data) туристическите предприятия могат да създават персонализирани предложения, да прогнозират туристическото търсене и да повишават удовлетвореността на клиентите. Персонализацията се превръща в ключов елемент от съвременния туристически продукт, тъй като потребителите все по-често търсят индивидуализирани и автентични преживявания (Kotler, Bowen, & Makens, 2017).

Съществено значение за трансформацията на туристическите предприятия има и развитието на мобилните технологии. Мобилните приложения предоставят възможност за постоянна връзка между туристическите организации и техните клиенти. Чрез тях туристите могат да получават информация за маршрути, резервации, транспорт, културни събития и

туристически атракции в реално време. Това повишава удобството и качеството на туристическото обслужване, като същевременно създава предпоставки за по-ефективно управление на туристическите потоци.

Изкуственият интелект и автоматизацията също оказват значително влияние върху туристическия сектор. Чатботове, виртуални асистенти и интелигентни системи за препоръки подобряват комуникацията с клиентите и оптимизират процесите по обслужване. Чрез алгоритми за машинно обучение предприятията могат да анализират поведението на потребителите и да предлагат услуги, съобразени с индивидуалните им предпочитания. В хотелския сектор все по-често се използват автоматизирани системи за check-in, smart room технологии и дигитални системи за управление на енергията, които допринасят както за повишаване качеството на обслужване, така и за подобряване на устойчивостта на туристическите предприятия (Vial, 2019).

Облачните технологии също играят важна роля в процеса на дигитална трансформация. Те позволяват съхранение и обработка на големи обеми от информация, улесняват управлението на данните и създават възможности за дистанционен достъп до различни бизнес системи. Това повишава оперативната ефективност и създава предпоставки за по-гъвкаво управление на туристическите предприятия.

Наред с предимствата дигитализацията поставя и редица предизвикателства пред туристическия бизнес. Сред тях са необходимостта от инвестиции в технологична инфраструктура, защита на личните данни, развитие на дигитални компетентности и адаптация към непрекъснато променящата се технологична среда. Въпреки това дигиталната трансформация се утвърждава като основна предпоставка за повишаване конкурентоспособността и устойчивото развитие на туристическите предприятия.

Таблица 1
Основни дигитални технологии в туристическите предприятия

Дигитална технология	Основно приложение	Ефект върху предприятието
Онлайн резервационни системи	Продажби и резервации	Повишаване на достъпността
CRM системи	Управление на клиенти	Персонализиране на услугите
Изкуствен интелект	Автоматизация и анализ	Оптимизация на обслужването
Мобилни приложения	Комуникация с туристите	Подобрено клиентско преживяване
Облачни технологии	Съхранение и обработка на данни	Повишена ефективност

Източник: Авторова разработка.

Анализът на представените в Таблица 1 дигитални технологии показва, че тяхното въздействие върху туристическите предприятия се проявява по различен начин в зависимост от спецификата на отделните туристически дейности. Въпреки че всички технологии са насочени към повишаване ефективността и подобряване качеството на обслужване, тяхното практическо приложение е различно при хотелиерството, ресторантьорството,

туроператорската дейност, туристическите агенции и управлението на туристически дестинации.

Онлайн резервационните системи намират най-силно приложение в хотелиерството и транспортния сектор. Хотелските предприятия използват дигитални платформи за управление на наличностите, цените и резервациите в реално време. Това позволява по-добро управление на заетостта, оптимизиране на приходите и по-широк достъп до международни пазари. При авиокомпаниите и транспортните оператори дигиталните резервационни системи улесняват продажбата на билети, автоматизират процесите по обслужване и намаляват административните разходи. В туроператорската дейност онлайн платформите позволяват комбиниране на различни туристически услуги в цялостни туристически пакети и създават условия за динамично ценообразуване.

CRM системите имат особено важно значение за предприятията, ориентирани към директна комуникация с клиентите. В хотелиерството те се използват за събиране на информация относно предпочитанията на гостите, честотата на посещенията и нивото на удовлетвореност. Това позволява създаване на персонализирани оферти и програми за лоялност. В ресторантьорството CRM системите подпомагат управлението на клиентските резервации, маркетинговите кампании и обратната връзка от потребителите. При туристическите агенции тези системи улесняват проследяването на клиентското поведение и създаването на индивидуализирани туристически предложения.

Изкуственият интелект и автоматизацията оказват все по-значително влияние върху туристическите предприятия. В хотелския сектор автоматизираните системи за check-in и check-out намаляват времето за обслужване и оптимизират работата на персонала. Интелигентните чатботове осигуряват непрекъсната комуникация с клиентите и предоставят информация относно услуги, резервации и туристически атракции. В туристическите агенции алгоритмите за машинно обучение анализират потребителските предпочитания и предлагат персонализирани туристически пакети. В сферата на туристическия маркетинг изкуственият интелект подпомага анализа на потребителското поведение и прогнозира тенденциите в туристическото търсене.

Мобилните приложения се превръщат в ключов инструмент за подобряване на туристическото преживяване. В хотелите те се използват за дигитален достъп до стаите, онлайн поръчки на услуги и комуникация с рецепцията. При туристическите дестинации мобилните приложения предоставят интерактивни карти, информация за културни събития, туристически маршрути и навигация. В ресторантьорството мобилните приложения улесняват онлайн поръчките, резервациите и дигиталните разплащания. Това допринася за повишаване удобството на туристите и за развитие на безконтактни форми на обслужване.

Облачните технологии намират широко приложение във всички туристически дейности. Те подпомагат съхранението и обработката на големи масиви от информация, улесняват координацията между различните звена в предприятието и създават възможности за дистанционна работа. В хотелиерството облачните системи позволяват централизирано управление на хотелски вериги и синхронизиране на информацията между отделните обекти. При туроператорите и туристическите агенции те улесняват управлението на резервации, финансови операции и комуникация с партньори.

Анализът показва, че дигиталните технологии не само модернизират отделните туристически дейности, но и променят цялостния модел на функциониране на туристическите предприятия. Те създават предпоставки за по-висока ефективност, по-добра координация между участниците в туристическата система и по-голяма ориентация към потребностите на туристите. В резултат дигиталната трансформация се превръща в ключов фактор за устойчивото развитие и конкурентоспособността на туристическия сектор.

2. Предизвикателства и перспективи пред дигиталната трансформация

Въпреки многобройните предимства внедряването на дигитални технологии в туристическите предприятия е свързано и с редица предизвикателства, които оказват влияние върху темповете и ефективността на дигиталната трансформация. Процесът изисква не само технологични промени, но и организационна адаптация, развитие на човешкия капитал и значителни инвестиции в иновации и инфраструктура (Vial, 2019).

Едно от основните ограничения е необходимостта от значителни инвестиции в технологична инфраструктура, специализиран софтуер и модерни системи за управление. Внедряването на CRM системи, облачни решения, автоматизирани платформи за резервации и системи за киберсигурност изисква сериозни финансови ресурси, които често са трудно достъпни за малките и средни туристически предприятия. Особено уязвими са семейните хотели, малките туристически агенции и ресторантьорските обекти, които разполагат с ограничен инвестиционен капацитет. Според Европейската комисия именно недостигът на финансови ресурси е сред основните фактори, които забавят процесите на дигитализация в туристическия сектор (European Commission, 2023).

Наред с финансовите ограничения сериозно предизвикателство представлява и недостигът на квалифицирани кадри и дигитални компетентности. Ефективното използване на съвременните технологии изисква персоналът да притежава умения за работа с дигитални системи, анализ на данни, онлайн маркетинг и управление на информационни потоци. В много туристически предприятия липсват достатъчно подготвени специалисти, което затруднява внедряването на иновации и използването на технологичните решения в пълния им потенциал. Това налага необходимостта от

организиране на обучения, програми за повишаване квалификацията и развитие на дигитална култура в организациите (Buhalis & Law, 2008).

Особено важен аспект на дигиталната трансформация е киберсигурността. С увеличаването на обема от обработвани данни туристическите предприятия са изправени пред необходимостта от защита на личната информация и предотвратяване на киберзаплахи. Туристическият сектор обработва значителен обем чувствителни данни – лична информация, платежни данни, резервации и клиентски профили, което го прави уязвим към кибератаки и злоупотреби с информация. В този контекст защитата на данните и спазването на изискванията на Регламента за защита на личните данни (GDPR) придобиват стратегическо значение за туристическите предприятия.

Съществено предизвикателство е и бързото развитие на технологиите, което изисква постоянна адаптация и обновяване на използваните системи. Туристическите предприятия трябва непрекъснато да инвестират в модернизация, за да отговорят на променящите се потребителски изисквания и нарастващата конкуренция в дигиталната среда. Това поставя организациите в условия на постоянна технологична трансформация и необходимост от стратегическо управление на иновациите.

Независимо от тези предизвикателства перспективите пред дигиталната трансформация в туризма остават изключително благоприятни. Очаква се в бъдеще все по-широко приложение да намират технологии като изкуствен интелект, виртуална и добавена реалност, блокчейн, интернет на нещата (IoT) и интелигентни туристически системи. Виртуалната реалност например създава възможност за предварително представяне на туристически дестинации и туристически продукти, което оказва влияние върху избора и потребителското поведение на туристите. Добавената реалност намира приложение при културния и градския туризъм чрез интерактивни туристически маршрути и дигитални гидове.

Блокчейн технологиите също се разглеждат като перспективно направление за развитие на туристическия сектор. Те създават възможности за по-висока сигурност на транзакциите, прозрачност при резервациите и оптимизиране на плащанията между отделните участници в туристическата система. Интернетът на нещата допринася за развитието на интелигентни хотели и smart tourism концепции, при които различни устройства и системи комуникират помежду си и създават по-високо ниво на автоматизация и персонализация.

В условията на дигитална икономика все по-важна роля ще играят и анализът на големи масиви от данни (Big Data) и предиктивните модели за прогнозиране на туристическото търсене. Чрез тях туристическите предприятия ще могат по-прецизно да анализират поведението на потребителите, да прогнозират туристическите потоци и да разработват по-ефективни маркетингови стратегии (UNWTO, 2024).

Както става видно от гореизложеното, дигиталната трансформация представлява не само технологичен процес, но и стратегическа промяна в начина на функциониране на туристическите предприятия. Независимо от съществуващите ограничения и рискове, развитието на дигиталните технологии създава значителни възможности за иновации, устойчиво развитие и повишаване конкурентоспособността на туристическия сектор.

Заключение

Дигиталните технологии се утвърждават като един от най-съществените фактори за трансформацията и модернизацията на туристическите предприятия в условията на динамична глобална среда и засилваща се конкуренция. Те оказват влияние върху всички аспекти на туристическата дейност – от управлението, маркетинга и комуникацията с клиентите до организацията на туристическите услуги и изграждането на нови бизнес модели. Дигиталната трансформация променя начина, по който туристическите предприятия функционират, взаимодействат с потребителите и създават туристическо преживяване.

Проведеният анализ показва, че внедряването на дигитални технологии създава значителни възможности за повишаване конкурентоспособността на туристическите предприятия чрез оптимизиране на бизнес процесите, автоматизиране на дейностите и подобряване качеството на обслужване. Онлайн платформите, CRM системите, изкуственият интелект, мобилните приложения и облачните технологии допринасят за по-ефективно управление на ресурсите, персонализиране на туристическите услуги и по-добро адаптиране към потребителските предпочитания. В резултат туристическите предприятия придобиват по-висока гъвкавост и способност за бързо реагиране на промените в туристическото търсене.

В същото време успешното внедряване на дигиталните технологии е свързано с редица предизвикателства, включително необходимостта от значителни инвестиции, развитие на дигитални компетентности и гарантиране сигурността на обработваните данни. Това изисква стратегически подход към управлението на иновациите, повишаване квалификацията на човешките ресурси и изграждане на организационна култура, ориентирана към технологично развитие и непрекъснато усъвършенстване.

Перспективите пред дигиталната трансформация в туризма остават изключително благоприятни. Очаква се все по-широко приложение да намират интелигентните туристически системи, виртуалната и добавената реалност, интернетът на нещата и технологиите, базирани на изкуствен интелект. Тези процеси ще продължат да променят туристическия сектор и ще създават нови възможности за иновации, устойчиво развитие и повишаване качеството на туристическото преживяване.

В заключение може да се обобщи, че дигиталната трансформация не представлява единствено технологична промяна, а цялостен процес на организационно и управленско преструктуриране. Туристическите предприятия, които успеят ефективно да интегрират иновациите в своята дейност и да адаптират своите стратегии към изискванията на дигиталната икономика, ще разполагат с по-добри възможности за устойчиво развитие, успешно пазарно позициониране и дългосрочна конкурентоспособност.

Използвана литература

Божинова, М., Илиева, Л., Тодорова, Л., & Павлов, П. (2025). Иновациите – фактор за конкурентоспособен туризъм в България. *Алманах научни изследвания, 33*, 7–44. Свищов: СА „Д. А. Ценов“. ISSN 1312-3815.

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

European Commission. (2023). Digitalisation of tourism enterprises. European Commission. Retrieved May 28, 2026, from https://ec.europa.eu

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

Kotler, P., Bowen, J. T., Baloglu, S., & Makens, J. C. (2022). Marketing for Hospitality and Tourism (8th ed.). Pearson Education.

UN Tourism. (2024). Tourism and Digital Transformation. UN Tourism. Retrieved May 28, 2026, from https://www.unwto.org

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118–144. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003

IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE TRANSFORMATION OF TOURISM ENTERPRISES

PhD Student Teodora Andreeva Popova[2]

D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov

Abstract: The present paper examines the impact of digital technologies on the transformation of tourism enterprises in the context of accelerated digitalization and dynamic market changes. The study analyzes the main technological solutions that reshape tourism businesses, including online reservation systems, artificial intelligence, cloud technologies, mobile applications, CRM systems and digital marketing tools. Special attention is paid to the role of digital transformation in increasing competitiveness, improving operational efficiency and enhancing customer experience. The paper also discusses the main challenges related to the implementation of digital technologies, such as the need for investments, digital skills and organizational adaptation. It is concluded that digital technologies have become a strategic factor for innovation and sustainable development in the tourism sector.

Keywords: digitalization, tourism enterprises, digital transformation, innovations, tourism technologies.

[2] tete81@abv.bg