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

В ПРЕХОД КЪМ ПРИОБЩАВАНЕ: ТУРИЗМЪТ КАТО АРЕНА НА ПРОМЯНА В УСЛОВИЯ НА РАЗЛИЧИЕ

Теодора Кирякова-Динева[1]
Югозападен университет „Неофит Рилски“
ORCID 0000-0002-1374-9999

Резюме: Настоящият доклад анализира мястото на *инклузивния туризъм* в съвременното общество като го поставя в опозицията между изключването и приобщаването в контекста на съвременните туристически процеси. Дискутирайки гледните точки на различни по вид отношения, например стандартът „All inclusive“ и преминавайки към концептуалното разбиране за условията на различието, в доклада се повдигат и въпросите за овластяването, наред с някои други по-сложни по характер процеси като ексклузията и инклузията. Засягат се и динамичните влияния на социалната и икономеческа безпрецедентност, породени от пандемията Ковид-19, нарастващата геополитическа нестабилност и дигитализацията. По този начин се представя едно по-интердисциплинарно схващане за *инклузивнияти туризъм*, който за целите тук е дефиниран като трансформативен процес с дейности за активното включване на изключени групи, и поставяйки акцент върху едно по-етично потребление на туристическите услуги, а и на тяхното предоставяне и бизнес процеси, осигурявайки справедливо разпределение на ползите му. Докладът поставя специален акцент върху два ключови стълба на приобщаването: осигуряването на „достоен труд“ чрез защита на трудовите права и премахването на физическите и социални бариери пред хора с по-специални нужди в условията на различие. Чрез изследване на успешни социални предприятия и политики се извежда заключението, че туризмът може да функционира като арена на промяна в преход към по-осъзнато приобщаване. В условия на нарастващо глобално различие, приобщаващият модел се очертава не просто като етичен стремеж, а като стратегическа иновация, необходима за постигане на социална интеграция, устойчивост и икономическа рентабилност, не само в индустрията на туризма.

Ключови думи: приобщаващ туризъм, ексклузия, инклузия, достоен труд, условия на различие.

Увод

Анализът на съвременната туристическа индустрия изисква разбиране за естеството на нейния понятиен апарат, тъй като туристическата терминология е изключително динамична и се развива паралелно с трансформациите в самото общество. Както посочва Марта Гайенцка (2022), туристическата лексика в съвременния научен и практически дискурс до голяма степен произтича от официални документи на терминологични стандарти. Тези стандарти дефинират множество термини, често използвани в индустрията, с ясна и прагматична цел: улесняване на разбирането между потребителите и доставчиците на туристически услуги. Тази институционализирана

[1] e-mail: teodora.kiriakova@swu.bg

лексика обаче непрекъснато се обогатява от нови социални и етични императиви, което води до предефиниране на утвърдени пазарни понятия.

Целта на настоящата статия е да представи един по-различен поглед към процесите и потреблението в туризма, а именно като арена на промяна в условия на различие. Тук фокусът не е върху тенденциите и трасформациите, а чрез един *експлоративен анализ* на понятието „приобщаващ туризъм“ се повдига въпроса за оценката на туризма от гледна точка на неговата приобщаващата функция. А това е въпрос, който освен прякото му въздействие върху засегнатите лица, остава често извън полезрението на практици, заети лица, и най-вече извън разбирането на самите туристи.

1. От пазарния „приобщаващ стандарт“ *All inclusive* към инклузивния туризъм

Типичен пример за това как се променят концепциите откриваме в масовото съзнание, където терминът „All inclusive“ (ол-инклузив) се е утвърдил като символ на максимално удобство, предвидимост и безгрижие. Този модел предлага затворени пакетни услуги, които минимизират личните усилия и финансовия риск за туриста, но същевременно капсулират туристическия поток в изкуствено създадени пространства. Въпреки огромната си популярност и безспорен икономически принос за големите хотели и вериги, ол-инклузив концепцията често остава изолирана от заобикалящата я среда. Тя генерира икономически ползи предимно за инвеститорите и хотелиерските собственици, като рядко допринася за истинското социално сближаване или за развитието на местните общности.

В по-широкия бизнес контекст, и извън концепцията на протреблението „ол-инклузив“ се наблюдава една друга и важна опозиция, а именно опозицията *ексклузия и инклузия*, т.е. изключване и приобщаване. Докато традиционните бизнес модели се фокусират строго върху най-платежоспособните пазарни сегменти, създавайки филтри за изключване на непривилегированите, в противовес на това, приобщаващият бизнес се стреми да функционира като инструмент за намаляване на социалните неравенства. В този смисъл следва да се говори за подход към приобщаване в условия на различия. Целта на приобщаващия бизнес е активното интегриране на уязвимите на неравноправните участници, потребители на услуги, в това число и на туристи.

В сферата на туризма опозицията *ексклузия и инклузия* е особено видима на фона на една друга концепция, а иченно на фона на ексклузивността (от exclusivity, т.е. изключителност). Туристическата индустрия исторически се рекламира именно като изключителна дейност, при която по-високата цена, луксът и недостъпността на дадена дестинация гарантират по-висок социален статус на туриста. В съвременността този стремеж към ексклузивност достига до крайности чрез проявления като космическия или

дълбоководния туризъм. И ето тук виждаме един много показателен пример от терминологично естество, където ексклузивността се противопоставят на ексклузията (*exclusion vs inclusion, exclusive tourism vs. inclusive tourism).

На фона на тези процеси, все по-голяма роля, и за радост, добива приобщаващият (инклузивният) туризъм. В прехода към приобщаване, инклузивният туризъм дори има потенциал да преобърне преобръща парадигмата на ексклуизвността, разбира се, без да я отрича. *Инклузивният туризъм* може да се определи като категорично трансформативен вид туризъм, който поставя социума, и човека и неговото достойнство в центъра на концепцията за хуманност и споделеност в различията. По този начин, *инклузивният туриъзъм* не поставя фокус нито върху изключителни дестинации, нито върху уникално предложение за изживяване, нито върху туристическа „хайлайф“ среда ...

Днес ние сме свидетели как съвременната научна литература обхватът на понятието *инклузивен туриъзъм* все повече се разширява. Едно от по-новите разбирания е на Родал и колектив (Rodal et al., 2024), според които *инклузивният туриъзъм* се изразява в осигуряването на достъпност и участие за хора с разнообразен произход, различни възможности и социоикономически статус. Основната цел при него е фундаментална, без белези на онзи консюмеризъм, който познаваме, най-вече при поставяне на краткосрочни маркетингови цели. Усилията тук дават резултат само при усилия на повече от един актьор (т.е. туристически оператор), което заедно с останалите се стреми гарантира, че всеки човек може да се наслади на пътуването и туристическите преживявания без дискриминация или физически и институционални бариери.

Този подход не изключва чистата икономическата логика и търсенето на печалба, но хуманизира процесите и операциите. Както посочват Араухо Вила, Тубес и Кардозо (Araújo Vila, Toubes & Cardoso, 2021), *инклузивният туризъм* е този, който позволява равни възможности на абсолютно всички хора да развиват и практикуват дейностите, съставляващи туристическия продукт, по безопасен, комфортен, автономен и стандартизиран начин. Важното научно и практическо измерение на която и да е от дефинициите за *инклузивния туриъзъм* е, че ще се търси икономическа рентабилност, но тя ще бъде двойна, като едновременно търсените ползи са и за хората, поставени в раличие, каккто в приобщаващия бизнес (Марчева, 2015), така и за туристическия сектор. По този начин изключените общности (а защо не и ексклузивни) ще могат да бъдат включенти активно както в едно по-етично потребление натуристически услуги, което в крайна сметка ще донесе справедливо, балансирано и устойчиво споделяне на генерираните блага.

2. Фактори на промяната: Ковид-19 и съвременните сътресения

Съвременното потребление в туризма е подложено на сериозни изпитания от поредица глобални кризи, които налагат спешно и радикално преосмисляне на досегашните екстензивни модели. На първо място, пандемията от Ковид-19 нанесе безпрецедентни по своя мащаб структурни щети върху целия сектор. Тъй като туризмът е фундаментално зависим от свободната човешка мобилност, въвеждането на глобални локдауни, затварянето на граници и вътрешните санитарни ограничения парализираха индустрията за дълъг период. Туристическите агенции и туроператорите претърпяха тежки финансови загуби поради масови анулирания на резервации, а постоянната несигурност в международните регулации подкопа доверието на потребителите.

В условията на следкризисно възстановяване, туристическият сектор е принуден постоянно да се самопреоткрива, за да се адаптира към новите реалности . Преходът към приобщаващ модел не е единствено етичен избор, но и стратегическо поле за развитие, което очертава възможните посоки за иновации в туризма (Ilieva, 2023). Тези иновации включват както дигитална трансформация чрез „смарт“ технологии и блокчейн за по-ефективно управление, така и социални иновации, насочени към дълго пренебрегвани пазарни сегменти . Чрез внедряването на иновативни подходи, индустрията може да премине от изключващи практики към модели, които осигуряват равнопоставеност и автономност на всички потребители, превръщайки различието в източник на нова стойност и устойчивост (Иванова, 2025). По този начин иновациите се превръщат в двигател, който позволява на туризма да функционира като арена на промяна, съчетавайки икономическата рентабилност със социалната мисия за истинско приобщаване.

Наред със здравните кризи, геополитическата нестабилност се очертава като постоянен източник на риск. Нарастващите политически конфликти, актовете на тероризъм и активните военни действия в различни региони на света засилват субективното усещане за заплаха у туристите, което води до пренасочване на потоците и икономически колапс на цели дестинации (Krasteva&Pantelis, 2017).

Едновременно с това протича и интензивна дигитална трансформация. Преходът към така наречената „Смарт“ индустрия и внедряването на иновативни технологии като блокчейн, изкуствен интелект и големи данни променят из основи отношенията с клиентите. Тези технологии изискват от бизнеса нови нива на гъвкавост, киберсигурност и адаптивност, като същевременно рискуват да изключат онези общности, които няма равен дигитален достъп.

Не на последно място, засиленото социално напрежение в световен мащаб се превърна в катализатор на промяната. Протестите срещу „свръхтуризма“ (overtourism) в емблематични градове като Барселона, Венеция и

Амстердам ясно показаха, че досегашният масов модел е неустойчив. Той не само изчерпва природните и културните ресурси, но и драстично влошава качеството на живот на местното население чрез инфлация, повишаване на цените на имотите и загуба на градска автентичност, дори и до желанието на част от местните общости да „включат туристите“ от живота на своя град, заявявайки ГЛАСНО „I am not a tourist, I live here“.

3. Измерения на приобщаването Туризмът като арена на промяна

За да отговори на тези предизвикателства пред създаването на една арена за приобщаващ/инклузивен туризъм, следва да се разгледат някои основни, но взаимно свързани измерения на приобщаването. Те са потърсени на фона на реални международни практики.

3.1 Приобщаване в производството (empowerment)

Това измерение е насочено към децентрализацията на властта и защитата на човешкия капитал в туристическия сектор. Ярък пример за структурна трансформация откриваме там, където се наблюдават успешни практики за прехвърляне на собствеността върху бутикови хотели директно на техния персонал. Такъв пример има в много и различни дестинации, има го и в ресторантьорския бизнес. Авторът има преки наблюдения върху такъв малък бутиков ресторант в Благоевград.

Подобни предприятия, залагащи на концепцията за приобщаващо предприятие, може да преобърне традиционните властови отношения в полза на служителине „vor Ort“, тоест това са онези същите служители, които не са туристи, не са и гости, те живеят и създават предприятието за една по-добра кауза и със сценарий на споделеност и приобщаване.

Н другя край на въпроса за овластяването неминуемо стои казусът с нископлатения труд. Този казус можем да го открием на фона на хотелските камериерки и нископлатен персонал. Тук, отново се вижда острата нужда от прилагане на стандартите за „достоен труд“ на Международната организация на труд, и нуждата от мерки за справяне със „сивата икономика“. Това включва осигуряването на справедливи възнаграждения, безопасни условия на труд и защита срещу системната експлоатация, на която често са подложени жените и сезонните работници в сектора.

3.2. Приобщаване и достъпност на потреблението на туристическите услуги

Истинският *инклузивен туризъм* трябва освен своята приобщавата концефпция вусловия на приобщаване да се стреми да гарантира равни възможности за достъп, премахвайки физическите и психологическите бариери пред хората в ексклузия.

Свободата на движение е фундаментално право на всеки един човек, затова дестинациите трябва да се проектират така, че да позволяват на всеки индивид да действа безопасно, автономно и с достойнство да може да достига всяка една туристически интересна точка.

Научните изследвания и практически модели от страни като Австралия и Турция доказват, че гласът и специфичните нужди на хората в условия на различие трябва да бъдат водещ фактор още на етапа на стратегическото планиране и архитектурното проектиране на туристическата инфраструктура.

3.3. Корпоративна социална отговорност

Големите международни туроператори и хотелски вериги притежават огромен пазарен дял и съответно – капацитет да налагат устойчиви и етични практики по цялата дължина на своите вериги. Корпоративната отговорност трябва да премине отвъд рамките на символичното съответствие, или чрез позициониране на базата на т.н. *инклузивно промиване* (по примера на концепцията *greenwashing*).

Необходим е действителен преход към реална социална справедливост, при която големият бизнес активно инвестира в местни суровини, подкрепя локални микропредприятия и гарантира прозрачност и етичност във всички свои бизнес операции. Стъпка в тази насока може да бъде видяна на всички тези места, където хора в различие са включени в обслужващия персонал, дори и в контактната зона с туристите и гостите.

Търсеният спектър на приобщаването би следвало да започне от измерението на човешките ресурси, където професионалното израстване на кадрите се очертава като ключов фактор за приобщаване. Успешното задоволяване на многообразните лични нужди на потребителите зависи пряко от ролята и квалификацията на персонала в туристическото обслужване. Качественото и емпатично обслужване е невъзможно без инвестиции в човешкия капитал, признаване на трудовите права и създаване на мотивираща работна среда.

За да се структурира концептуално този сложен процес, е необходимо да се обърнем към фундаменталния модел на Майкъл Донлеви (Donlevy, 2009), който дефинира десетте измерения на приобщаването (The Ten Dimensions of Inclusion). Транспонирани в контекста на туристическата наука, тези теоретични измерения ни позволяват да анализираме приобщаването не като едностранен акт, а като многопластов процес, обхващащ всички нива на социалната и стопанската реалност.

Първото, политическо измерение, засяга разпределението на властта, вземането на решения и правото на маргинализираните общности да участват в управлението на туристическите дестинации. То е неразривно свързано с финансовото измерение, което изисква осигуряване на реален икономически достъп до дестинациите чрез премахване на ценовите бариери пред

нискодоходните групи, както и справедливо разпределение на приходите от туризъм в полза на местния бизнес. Правното измерение осигурява нормативната основа за това чрез законова защита на правата на хората с увреждания и регулации, гарантиращи равна достъпност и недопускане на дискриминация.

На институционално ниво, административното измерение изисква от туристическите организации и държавните структури да внедрят приобщаващи принципи в своите ежедневни управленски практики, процедури и дългосрочни стратегии.

От гледна точка на социалното разнообразие, расовото измерение изисква активно противодействие на предразсъдъците, етническото изключване и осигуряване на безопасна и приветлива среда за туристи и служители от всякакъв етнически и културен произход. За да бъде този преход успешен, педагогическото измерение поставя акцент върху образованието и обучението на кадрите в сектора, изграждайки интеркултурна компетентност и специализирани умения за обслужване на хора със специфични потребности. В психологически план, приобщаващият туризъм трябва да адресира субективните усещания на индивида, елиминирайки психологическите бариери, чувството за изолация и социален стрес у туриста, като му гарантира емоционален комфорт и принадлежност.

Висшите нива на модела обхващат духовното измерение, което се проявява в уважението към религиозните и културните ценности на различните общности и задоволяването на техните нематериални търсения. Накрая, философското и концептуалното измерение обобщават цялостния хуманистичен светоглед на инклузивния туризъм, разглеждайки разнообразието като висша ценност, а правото на отдих и пътуване – като фундаментално човешко право. Тези десет измерения се проявяват и пресичат в трите основни практически направления на съвременния сектор.

Заключение

В процеса *на глобален преход към приобщаване*, туризмът не трябва да се възприема просто като поредния пазарен продукт или средство за генериране на икономически растеж. Той следва да се утвърди като критична аналитична концепция, хуманитарен инструмент и стремителен обществен идеал. Въпреки че микромоделите и малките социални предприятия в сектора показват забележителни локални успехи, за постигането на мащабна и дългосрочна промяна е нужна категорична политическа воля от страна на правителствата и международните институции. Държавата трябва да влезе в ролята си на регулатор, който да балансира агресивната конкурентна неолиберална среда в защита на уязвимите групи.

В крайна сметка, *развитието на туризма в условия на различие* го превръща в уникална и динамична арена. Това е пространство, в което

правилната социална, пространствена и икономическа инклузия могат да си взаимодействат успешно, поставяйки основите на един по-справедлив, толерантен и наистина устойчив свят.

Преходът към приобщаващ модел в индустрията изисква дълбок анализ на трудовите отношения, тъй като ексклузията много често е фактор при определянето на стратегиите и политиките за заплащане на труда и регулирането на трудовите възнаграждения (Стефанова-Богданска, 2020). В много случаи традиционният туристически модел разчита на „социално невидими“ групи работници, които са подложени на системно изключване от справедливия дял от ползите на сектора. Инклузивният туризъм се противопоставя на тези тенденции на ерозия на трудовите права, като настоява за фокус върху концепцията на Международната организация на труда за „достоен труд“ и осигуряване на благосъстоянието на служителите като фундаментално условие за устойчиво развитие. По този начин приобщаването в производството на туристически услуги се превръща в инструмент за преодоляване на неравенствата.

***

Авторът посвещава това изследване на всички онези – включително и на себе си, – които търсят арена за по-добър сценарий в условия на различие. Защото в определен етап от живота си, подвластни на биологичните закони, всички ние се оказваме в позицията на хора с нужда от инклузивен туризъм.

Използвана литература

Гайенцка, Марта. (2022). Всичко включено в цена или ол инклузив? За различни наименования на хотелски тарифи в полски и български език. All inclusive price or all inclusive? For different names of hotel rates in Polish and Bulgarian. В: Сборник "Библиотеки – Четене – Комуникации". Двадесета национална научна конференция смеждународно участие, посветена на информационното осигуряване на лица със специални потребности. 172 - 178

Стефанова-Богданска, Д. (2020). Strategies and policies for payment of labor and regulation of employment remuneration. Revista Ciencias de la Documentación, 6(1), 15-21

Марчева, Анастасия. Приобщаващият бизнес – инструмент за намаляване на бедността и социално включване / Анастасия Марчева // Европейски практики и национални рефлексии в планирането : Международна юбилейна научно-практическа конференция : Сборник с резюмета. - Свищов : АИ Ценов, 2015, с. 209-211

Иванова, П. (2025). Събитиен туризъм в съответствие с концепцията устойчиво развитие. В: ТУРИЗМЪТ И НОВАТА РЕАЛНОСТ. В: Наука и икономика ИУ - Варна, 156-167

Стефанова-Богданска, Д. (2015). Хората в трудовия процес и тяхното управление. Икономика и управление, 11 (2), 118-121

Araújo Vila, N., Toubes, D. R., Cardoso, L. (2021). Travel Agencies: A Sector Hit by the COVID-19 Crisis. In: Toubes, D. R. & Araújo Vila, N. Risk, Crisis, and Disaster Management in Small and Medium-Sized Tourism Enterprises. DOI: 10.4018/979-8-3693-3390-7.ch010

Biddulph, R., & Scheyvens, R. (2018). Introducing inclusive tourism. Tourism Geographies, 20(4), 583–588. https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1486880

Donlevy, J. K. (2009). Inclusion: A way forward. The Ten Dimensions of Inclusion, 91–100. https://doi.org/10.1163/9789087908072_012

Ilieva, L. (2023). Possible Directions for Innovations in Tourism. *LIMEN - International Scientific-Business Conference - Leadership, Innovation, Management and Economics*: Integrated Politics of Research.

Krasteva R., Pantelis E. , (2017) Bridging relationships between education, refugee crisis and tourism, Conference name: 9th International Conference on Education and New Learning Technologies, Dates: 3-5 July, 2017, Location: Barcelona, Spain, pp. 261-267, ISBN: 978-84-697-3777-4

Rodal, B. M., Doval Ruiz, M. I., & Rodríguez-Pallas, Á. (2024). University training in tourism for people with intellectual disabilities from an EDI perspective as an engine for inclusion. Advances in Hospitality, Tourism, and the Services Industry, 175–190. https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3390-7.ch010

IN TRANSITION TOWARDS INCLUSION: TOURISM AS AN ARENA OF CHANGE IN THE CONTEXT OF DIVERSITY

Teodora Kiryakova-Dineva[2]
South-West University "Neofit Rislki"
ORCID 0000-0002-1374-9999

Abstract: This paper analyzes the role of inclusive tourism in contemporary society, positioning it within the opposition between exclusion and inclusion in the context of modern tourism processes. By discussing the perspectives of various types of relationships such as the „All-inclusive" standard, and moving towards a conceptual understanding of the conditions of diversity, the paper raises questions regarding empowerment alongside other complex processes such as exclusion and inclusion. It further addresses the dynamic influences of social and economic unprecedentedness caused by the COVID-19 pandemic, rising geopolitical instability, and digitalization. In this manner, a more interdisciplinary concept of inclusive tourism is presented. For the purposes of this study, inclusive tourism is defined as a transformative process featuring activities for the active inclusion of marginalized groups, emphasizing a more ethical consumption of tourism services, as well as their delivery and business processes, thereby ensuring a fair distribution of benefits. The paper places a special emphasis on two key pillars of inclusion: providing „decent work" through the protection of labor rights, and removing physical and social barriers for people with special needs under conditions of diversity. Through the examination of successful social enterprises and policies, the study concludes that tourism can function as an arena of change in the transition toward a more conscious inclusion. In the face of growing global diversity, the inclusive model emerges not merely as an ethical aspiration, but as a strategic innovation vital for achieving social integration, sustainability, and economic profitability, both within and beyond the tourism industry.

Keywords: inclusive tourism, exclusion, inclusion, decent work, conditions of diversity.

[2] teodora.kiriakova@swu.bg