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

ВЛИЯНИЕТО НА ОРГАНИЗАЦИОННАТА КУЛТУРА ВЪРХУ ИНОВАЦИОННОТО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Надежда Стефанова[1]
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
ORCID ID: 0000-0001-7577-8069

Резюме: В настоящият доклад разглеждаме организационната култура като ресурс за развитие, имащ огромно влияние върху поведението сред служителите, отношението им към промяната и готовността им да поемат рискове. Анализира се връзката между организационната култура и способността на организациите да възприемат и успешно да внедряват иновации. Поставя се акцент върху иновационното представяне на туристическите предприятия като резултат от силна и позитивна организационна култура.

Ключови думи: организационна култура, иновации, туристически предприятия.

Въведение

Променящата се бизнес среда поставя организациите, в т.ч. туристическите предприятия пред множество изпитания, изискващи своевременна гъвкавост и бърза адаптация. Динамичността, свързана с цифровата трансформация и технологичния напредък създава допълнителни предизвикателства, но и възможности относно бизнес стойността. В този контекст е необходимо да се възприеме организационния растеж като непрекъснато действие, където иновациите се превръщат в двигател за устойчиво развитие, а това от своя страна предопределя и иновационното представяне на социалните системи. Всъщност, основна роля в този процес, заема организационната култура, тъй като тя успява да въздейства върху поведението на служителите и начина, по който те възприемат промените, повишавайки тяхната иновационна ангажираност.

1. Организационната култура - специфика и функционалност

Организационната култура е понятие с интердисциплинарен характер. Тя е във фокуса на изследователи от различни области – антрополози, социолози, психолози, философи, политолози, културолози, икономисти, управленци. (Емилова, 2012)

Организационната култура се разглежда като „...мрежа от споделените поведения, артефакти, ценности, убеждения и предположения, които организацията развива като заучени, за да се справи с външните и вътрешните аспекти„ (Oden, 1997, p. 3). Други изследователи я дефинират като: „система

[1] n.k.stefanova@uni-svishtov.bg

от ценности (какво е важно) и убеждения (как стават нещата), които взаимодействат с хората на компанията, организационните структури и контролната система, за да произведат норми на поведение (начинът, по който правим нещата тук)" (Армстронг, 1993), както и като „динамична и саморегулираща се система от индивидуални свойства на личността, чрез която се постига висока ефективност в управлението..." (Даскалов, 1992, стр. 153) Тя е широко призната в литературата и като критичен фактор, който насърчава иновативното поведение сред служителите. (Hazem, 2019)

В границите на общата организационна политика може да се обобщи ролята й в следните основни функции (Харизанова, Мирчев, & Миронова, 2006):

- идентификационна – съставлява уникалността на организацията, нейния специфичен дух и неповторимост;
- комуникативна – създава основа за открити комуникации между членовете на организацията и подпомага координацията за съвместни действия;
- интегративна – предоставя възможности за сплотяване и изграждане на вътрешно единство чрез споделеността на разбиранията и оценките;
- възпитателна – чрез нея се управляват силните емоции, овладяват се разнопосочните в диапазона на ярост, агресия, страх, надежда и ентусиазъм и се насочват в зависимост от фирмената стратегия;
- системообразуваща – осигурява единство на отношенията и действията на работещите в организацията;
- адаптационна – осигурява еднопосочност и логическа последователност в действията на членовете на общността при възприятията и реакциите спрямо всичко, което се случва извън нея;
- регулативна – снабдява общността с необходимите норми, регулиращи поведението на членовете и др.

От това следва, че организационната култура, като ресурс за развитие обуславя реализацията на структурираните подходи по отношение производителността и постигането на по-бърза адаптация към технологичните трансформации като подобрява иновативното поведение сред работната сила.

Преди всичко, за да се подобри представянето на служителите и организацията, мениджърите и ръководителите трябва да дадат приоритет на развитието на силна и позитивна организационна култура. (Pathiranage, 2019, pp. 264-278) Според доклада на Deloitte, компаниите с позитивна култура осигуряват с 30% повече иновации и с 40% по-добро задържане на персонала. (Deloitte: Positive Company Culture Drives Innovation and Retention , 2026)

В тази връзка, по-важните предимства на позитивната организационна култура са свързани с (The Cornerstone of Success: Fostering a Thriving Organizational Culture, 2026):

- подобряване сплотеността и сътрудничеството в екипа

Силната култура насърчава чувството за принадлежност и единство. Този дух на сътрудничество подхранва иновациите, решаването на проблеми и в крайна сметка подобрява производителността.

- повишаване удовлетвореността и ангажираността сред служителите

Позитивната и приобщаваща среда, в която служителите се чувстват ценени, уважавани и признавани, води до по-висок морал и удовлетвореност от работата. Проучванията показват ясна корелация: организациите с висока ангажираност отчитат 18% увеличение на производителността и до 43% намаление на текучеството на служителите.

- положително въздействие върху организационното представяне

Положителната култура оказва пряко влияние върху крайния резултат. Компаниите със силна култура са склонни да превъзхождат конкурентите си.

- подобряване задържането на служителите

Положителната култура намалява текучеството на персонал, спестявайки на организацията време и ресурси, свързани с набирането и обучението на нови служители.

Може да се твърди, че организационната култура, предопределена като управленска променлива, включваща цялостната дейтелност на организацията успява да интегрира яснота и социална насоченост относно организационните възможности, намиращи отражение в ефективността на структурата и създаването на пазарно превъзходство.

От изложеното става ясно, че придавайки сигурност, ред и логическа последователност, силната организационната култура успява да програмира относително устойчиви бизнес резултати. Влиянието, което оказва върху индивидуалното и/или групово поведение детерминира процесите в организацията като подпомага творческото мислене и креативността по отношение на иновациите. Осигуряването на взаимно сътрудничество, еднопосочност на разбиранията и единство в отношенията създава благоприятна среда за развитие на иновационния капацитет, който е от реално значение за бизнес представянето.

2. Организационната култура, в подкрепа на туристическите организации и тяхното иновационно представяне

Способността на фирмите да внедряват иновации влияе върху оперативните им резултати, докато знанията на фирмата за иновациите са от съществено значение за поддържане на конкурентното ѝ предимство. (Huang, 2016, стр. 2187-2192)

В този контекст, иновационното представяне е от решаващо значение за оцеляването и развитието на едно предприятие, тъй като отразява резултата от иновационното поведение на фирмата (Herbst & Hausberg, 2021).

На индивидуално ниво, иновационното представяне се отнася до оригинални и ценни продукти, идеи или проекти. Личните характеристики, удовлетвореността от работата и психологическото състояние са признати за ключови фактори, които влияят върху иновационното представяне. (Hammond, Neff, Farr, Schwall, & Zhao, 2011)

Разбира се, тези условия могат да оказват въздействие не само върху иновативното поведение на отделната личност, но и върху цялостното иновационно представяне на дружеството.

Иновационната ефективност на ниво организация се отнася най-вече до успешното внедряване на оригинални идеи (Oldham & Cummings, 1996, pp. 607–634). В повечето случаи, организациите могат да я подобрят, като мотивират иновативното поведение на служителите и подобряват тяхното благосъстояние (Bammens, 2016, pp. 244–259). Те могат също така да насърчават иновациите чрез разработване на системи за управление на иновациите, като по този начин създават благоприятна среда за иновации и подобряват иновационната ефективност (Zhou, Fang, & Grover, 2022, pp. 71–99).

Иновациите са жизненоважни в туризма за поддържане на конкурентоспособността и осигуряване на най-доброто преживяване за посетителите (Page & Ateljevic, 2009). Те са критичен фактор за увеличаване на добавената стойност на туристическите услуги и подобряване на бизнес резултатите (Gomezelj, 2016, pp. 516–558).

Туристическата индустрия трябва непрекъснато да приема иновативни стратегии, за да направи туристическия бизнес по-ефективен, да намали разходите и да поддържа конкурентно предимство. Използването на технологиите позволява персонализиране на клиентското изживяване и подобряване на удовлетвореността на клиентите, тъй като проблемите могат да се решават в реално време. Освен това, технологиите позволяват рационализиране на операциите и намаляване на разходите в много отдели. (Innovations in travel and tourism industry, 2026)

По наше мнение, иновациите обуславят устойчивите предимства в конкурентна среда и допринасят в огромна степен за успеха на съвременните туристически предприятия.

Това се дължи най-вече на факта, че иновативните фирми са погъвкави и могат да реагират на промените по-бързо; те полагат допълнителни усилия, когато става въпрос за създаване на нови възможности и използване на съществуващите (Drucker, 1985, pp. 67-72).

Като се има предвид значението на иновациите за подобряване на фирмените резултати, редица проучвания са се опитали да идентифицират факторите, които могат да подобрят иновациите (Ceylan, 2007, pp. 105-114). В момента една от променливите, за които се счита, че има голямо влияние върху иновациите, е именно организационната култура (Büschgens, 2013, pp. 1-19) Тъй като организационната култура влияе върху поведението на служителите, тя може да накара персонала да приеме иновациите като

фундаментална ценност на организацията и да се чувства по-ангажиран в тях. (Hartmann, 2006, pp. 159-172)

В действителност, подкрепящата организационна култура подобрява иновационното развитие и крайните иновационни резултати, което е от решаващо значение за просперитета и конкурентоспособността в изключително интензивното обкръжение.

Обобщавайки казаното, можем да коментираме, че организационната култура, със своята специфичност и функционалност, успява да регулира вътрешната съгласуваност и външна адаптация по отношение на пазарните промени и новите предизвикателства. В повечето случаи, тя допринася за реализацията на иновативните решения, подкрепящи дейността на туристическите предприятия, тяхното по-добро иновационно представяне и заемане на по-добри пазарни позиции.

Заключение

В заключение, можем да отчетем следното:

Първо, създавайки среда, която насърчава креативността, сътрудничеството и адаптивността, е условие за постигане на трайно конкурентно предимство в сложните бизнес ситуации.

Второ, организационната култура допринася значително за създаването на иновативни решения като оказва влияние върху поведението на персонала и тяхната иновационна нагласа.

Трето, стопанските субекти, в т.ч. туристическите предприятия, които се отличават с иновативност, успяват да поддържат пазарна мощ и да имат пряко въздействие върху своето бизнес представяне.

Използвана литература

Армстронг, М. (1993). *Управление на човешките ресурси.* Издателство ”Делфин прес”.

Даскалов, Н. (1992). *Бизнеспсихологията.* В.Търново: Абагар.

Емилова, И. (2012). *Концептуален модел за управление на организационната култура в сферата на социалните дейности, Списание „Диалог“, 1.*

Харизанова, М., Мирчев, М., & Миронова, Н. (2006). *Мениджмънт.* УИ „Стопанство”.

Bammens, Y. (2016). *Employees' Innovative Behavior in Social Context: A Closer Examination of the Role of Organizational Care. J. Prod. Innov. Manag. 33. [Google Scholar] [CrossRef][.*

Boyles, M. (2022). *Innovation in business: What it is & why it's so important. https://online.hbs.edu/blog/post/innovation-in-business(open in a new window).*

Büschgens. (2013). *Organizational culture and innovation: A meta-analytic review. Journal of Product Innovation Management, 30.*

Ceylan, K. &. (2007). *Factors impacting the innovative capacity in large-scale companies. Technovation, 27.*

Deloitte: Positive Company Culture Drives Innovation and Retention . (10 април 2026 г.). Извлечено от https://www.linkedin.com/posts/arnaldoroque_why-culture-is-strategy-activity-7427052496734425088-pv--

Drucker. (1985). *The discipline of innovation. Harvard Business Review, 63.* .

Gomezelj, D. (2016). *A systematic review of research on innovation in hospitality and tourism. Int. J. Contemp. Hosp. Manag. 28. [Google Scholar] [CrossRef]* .

Gopalakrishnan, D. &. (2001). *The dynamics of the adoption of products and process innovations in organizations. Journal of Management Studies, 38.*

Hammond, M., Neff, L., Farr, L., Schwall, R., & Zhao, X. (2011). *Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis. Psychol. Aesthet. Creat. Arts 2011, 5, 90. [Google Scholar] [CrossRef]*.

Hartmann. (2006). *The role of organizational culture in motivating innovative behaviour in construction firms. Construction Innovation, 6.*

Hazem, S. M. (2019). *Organizational culture and innovation: A literature review. In 2019 3rd International Conference on Education, Culture and Social Development (ICECSD 2019) Atlantis Press.*

Herbst, T., & Hausberg, P. (2021). *Open Innovation-Innovation Performance: Do Entrepreneurial Orientation and IT Capability Moderate? Acad. Manag. 12459. [Google Scholar] [CrossRef][.*

Huang, K. E. (2016). *Innovation and technology creation effects onorganizational performance. Journal of BusinessResearch, 69(6). https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.028* .

Innovations in travel and tourism industry. (22 април 2026 г.). Извлечено от https://mysmartjourney.com/en-ca/post/innovations-in-travel-and-tourism-industry

McAllister, D., & Bigley, G. (2002). *Work Context and the Definition of self: How Organizational Care Influences Organization-Basei Self-Esteem. Acad. Manag. J., 45. [Google Scholar] [CrossRef][.*

Nazarian, A. A. (2017). *Influence of national culture and balanced organizational culture on the hotel industry's performance. International Journal of Hospitality Management, 63. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.01.003.*

Oden, H. (1997). *Managing Corporate Culture, Innovation and Intrapreneurship. Quorum Books Publishing.*

Oldham, G., & Cummings, A. (1996). *Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work. Acad. Manag. J. 39. [Google Scholar] [CrossRef][.*

Page, S., & Ateljevic, J. (2009). *Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives; Advances in tourism research series; Butterworth-Heinemann: Burlington, MA, USA, ISBN 9780750686358. [Google Scholar]*.

Pathiranage, J. (2019). *Organizational culture and business performance: An empirical study.* International Journal of Economics and Management, 24 (2).

Relationship Between Organizational Culture & Performance . (20 април 2026 г.). Извлечено от https://www.linkedin.com/pulse/relationship-between-organizational-culture-performance-nasreen-khan

The Cornerstone of Success: Fostering a Thriving Organizational Culture. (01 май 2026 г.). Извлечено от https://www.linkedin.com/pulse/cornerstone-success-fostering-thriving-organizational-culture-xdtee

Zhou, J., Fang, Y., & Grover, V. (2022). *Managing Collective Enterprise Information Systems Compliance: A Social And Performance Management Context Perspective. MIS Q., 46. [Google Scholar] [CrossRef.*

Армстронг, М. (1993). *Управление на човешките ресурси.* Издателство "Делфин прес".

Даскалов, Н. (1992). *Бизнеспсихологията.* В.Търново: Абагар.

Емилова, И. (2012). *Концептуален модел за управление на организационната култура в сферата на социалните дейности, Списание „Диалог“, 1.*
Илиева, С. (2006). *Организационна култура: Същност, функции и промяна. .* София: Университетско издателство “Св. Климент Охридски”.
Мацумото, Д. (2002). *Психология и култура. .* Издателство „Еврознак”.
Паунов, М. (1998). *Организационно поведение.* Сиела.
Харизанова, М., Мирчев, М., & Миронова, Н. (2006). *Мениджмънт.* УИ „Стопанство”.

THE IMPACT OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON THE INNOVATION PERFORMANCE OF TOURISM ENTERPRISES

Nadezhda Stefanova[2]
D. A. Tsenov Academy of Economics
ORCID ID: 0000-0001-7577-8069

Abstract: This paper examines organizational culture as a development resource with a significant influence on employees’ behavior, their attitudes toward change, and their willingness to take risks. The relationship between organizational culture and the ability of organizations to adopt and successfully implement innovations is analyzed. Emphasis is placed on the innovation performance of tourism enterprises as a result of a strong and positive organizational culture.

Keywords: organizational culture; innovations; tourism enterprises.

[2] n.k.stefanova@uni-svishtov.bg