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

ФИНАНСОВАТА ГРАМОТНОСТ КАТО ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ СЕКТОР: СТРУКТУРНИ ОГРАНИЧЕНИЯ, РИСКОВИ КАНАЛИ И ИНСТРУМЕНТИ ЗА ВЪЗДЕЙСТВИЕ

Шенай Раимова[1]
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
Катедра „Финанси и кредит“

Резюме: Настоящият доклад разглежда финансовата грамотност като фактор, който пряко влияе върху устойчивостта на туристическия сектор. Изследването се основава на разбирането, че значителна част от проблемите в туризма не произтичат единствено от външни икономически кризи, а и от ограничената способност на предприятията и заетите в сектора да управляват сезонните приходи, ликвидността, задлъжнялостта и финансовия риск. В условията на висока сезонност и нестабилни парични потоци ниската финансова компетентност засилва въздействието на вече съществуващите секторни дисбаланси и създава предпоставки за трайна икономическа уязвимост. Това е особено видимо при малките семейни предприятия, които формират значителна част от туристическия бизнес в България и често функционират с ограничени резерви и висока зависимост от краткосрочни приходи.

Чрез сравнителен анализ на политики и добри практики от Испания, Португалия, Япония, Хърватия, Италия и Гърция са откроени три основни подхода с доказан положителен ефект: интегриране на финансовото образование в секторното обучение, изграждане на публично-частни партньорства с банковия сектор и насърчаване на дигитализацията на финансовото управление при малките и средните предприятия. На тази основа са формулирани препоръки за България, насочени към повишаване на финансовата устойчивост и конкурентоспособността на туристическия сектор чрез практически приложими и измерими политики.

Ключови думи: финансова грамотност, туристически МСП, сезонен риск, ликвидна устойчивост, финансово образование.

1. Въведение

В съвременната интерпретация финансовата грамотност се свързва както с равнището на финансова информираност, така и с мотивацията, увереността и поведението на икономическите субекти при вземането на финансови решения. В този смисъл тя представлява важна предпоставка за активно участие в икономическия живот, ограничаване на финансовата уязвимост и повишаване на индивидуалната и обществената устойчивост. Организацията за икономическо сътрудничество и развитие определя финансовата грамотност като съвкупност от информираност, знания, умения, нагласи и поведение, необходими за вземането на ефективни финансови решения и постигането на индивидуално финансово благополучие (OECD,

[1] shenaymehmedova@gmail.com

2013). Финансовата грамотност може да се разглежда като комплекс от знания, практически умения, поведенчески модели и нагласи, които позволяват на индивидите да разбират финансовите процеси, да оценяват риска и да вземат рационални решения при управлението на личните и семейните финанси (U.S. Financial Literacy and Education Commission, 2020). Тя обхваща не само познаването на базови финансови концепции като инфлация, лихвени проценти, кредит и диверсификация на риска, но и способността тези знания да бъдат прилагани в реална икономическа среда с цел постигане на финансова стабилност и дългосрочно благосъстояние (OECD, 2018).

Туристическият сектор функционира в среда на структурна нестабилност със сезонни приходни колебания, висока чувствителност към екзогенни шокове (пандемия, инфлационни вълни, геополитически кризи) и доминиращ дял на малки и семейни предприятия с ограничен достъп до капиталовите пазари. В тази среда финансовата компетентност е най-важното условие за оцеляване.

Проблемът обаче рядко се концептуализира по този начин. В по-голямата част от академичната литература финансовата грамотност се разглежда в контекста на личните финанси и защитата на потребителите (Lusardi & & Mitchell, 2014), докато нейните ефекти върху секторната устойчивост остават сравнително слабо изследвани. Персоналните финансови решения се определят от влиянието на множество фактори, като най-важните сред тях са текущите и дългосрочните персонални финансови цели; равнището на персоналните доходи; степента на поносимост на риска; външната икономическа среда (Радулова, 2011). Настоящият доклад предлага различна аналитична рамка, в която финансовата грамотност се разглежда като вградена в структурата на сектора променлива, чието ниско равнище функционира като ендогенен фактор, генериращ и усилващ рисковете, присъщи на туризма.

Основната изследователска теза се формулира по следния начин: ниската финансова компетентност ограничава и води до неоптимални управленски решения като трансформира управляеми секторни дисбаланси в системни проблеми, чиито кумулативни ефекти застрашават дългосрочната жизнеспособност на туристическата индустрия. Сред най-характерните рискови канали, през които се проявява това въздействие, са сезонността на приходите, инфлационният натиск, кредитната зависимост, ликвидните ограничения и затрудненията в управлението на човешките ресурси. Тази теза се доказва чрез анализ на механизмите, по които финансовата некомпетентност засилва въздействието на конкретни рискови канали, както и чрез сравнителен преглед на политически инструменти, доказано прекъсващи тази порочна зависимост и водещи до позитивни за устойчивия и жизнеспособен туризъм ефекти. Специално внимание се отделя на ролята на

финансовото образование, дигиталните инструменти и публично-частните партньорства като механизми за ограничаване на финансовата уязвимост.

Методологично изследването се основава на критичен анализ на научната литература, синтез на вторични статистически данни и сравнителен институционален анализ на политики и практики от различни държави. Използвани са данни от международни изследвания на финансовата грамотност, публикации на OECD/INFE, S&P Global Financial Literacy Around the World Survey, Евробарометър, както и национални статистически и институционални източници. Изводите са ориентирани към формулиране на практически приложими препоръки за България, насочени към повишаване устойчивостта и конкурентоспособността на туристическия сектор и са с измеримо въздействие.

2. Финансовата грамотност като детерминант на секторна устойчивост в туризма

Класическите дефиниции на финансовата грамотност (OECD/INFE, 2023) акцентират върху индивидуалните знания, умения и нагласи. Тази перспектива е необходима, но недостатъчна за секторен анализ. Когато значителна маса от участниците в даден сектор споделят сходни финансови дефицити, индивидуалният проблем придобива системен характер: той изгражда структурна уязвимост, която не може да бъде преодоляна чрез отделни поведенчески корекции, а изисква политическа интервенция.

В туризма тази динамика е особено изразена. Има специфики на сектора, които обаче я засилват, сред тях са доминирането на МСП с ограничен управленски капацитет, сезонността, която концентрира приходите и увеличава нуждата от активно управление на паричните потоци и зависимостта от потребителско доверие, което прави финансовата реакция на предприятията критична при кризи. При тези условия финансовата грамотност се превръща от личен актив в секторен производствен фактор.

Таблица 1 систематизира ключовите компоненти на финансовата грамотност в специфичен за туристическия сектор контекст, като акцентира върху механизмите, свързващи компетентността с устойчивостта.

Таблица 1
Компоненти на финансовата грамотност и техните ефекти върху устойчивостта в туризма

Компонент	Специфика в туризма	Ефект върху устойчивостта
Управление на паричните потоци	Изглаждане на приходите между сезоните	Намаляване на цикличната задлъжнялост
Оценка на кредитния риск	Избор на подходящи финансови инструменти	По-ниски разходи за обслужване на дълга, по-висока рентабилност

Компонент	Специфика в туризма	Ефект върху устойчивостта
Дигитална финансова грамотност	Внедряване на счетоводни платформи (ERP) и платформи за дигитални плащания	Прозрачност, оперативна ефективност, по-ниски транзакционни разходи
Управление на инвестиционния риск	Оценка на капиталови вложения в сезонен бизнес	Повишена инвестиционна адаптивност
Финансово планиране при кризи	Формиране на резерви; достъп до антикризисни инструменти	Съпротива на екзогенни шокове, по-висока адптивност

Източник.: Авторова систематизация, адаптация и актуализация въз основа на (OECD, 2024)

Компонентите, представени в Таблица 1, не следва да се разглеждат изолирано като набор от технически знания или административни умения. В условията на силно цикличен и зависим от външната среда сектор като туризма те функционират като механизми за ограничаване на риска и стабилизиране на финансовото поведение на предприятията и домакинствата. Наличието или отсъствието на подобни компетентности променя начина, по който икономическите субекти реагират на сезонни спадове, инфлационен натиск, промени в потребителското търсене или затруднен достъп до финансиране. Именно поради това финансовата грамотност не може да бъде разглеждана единствено като индивидуално конкурентно предимство, а следва да се интерпретира и като фактор, който влияе върху степента на секторна устойчивост.

От тази гледна точка ниската финансова компетентност проявена като липса на знания при управлението на туристическо предприятие на микро ниво се превръща в механизъм на макро ниво, който засилва вече съществуващите уязвимости и финансови проблеми в туристическия сектор. При сходни външни условия предприятията с ограничен капацитет за финансово планиране са значително по-склонни към ликвидни затруднения, натрупване на неустойчив дълг и реактивно, вместо стратегическо управление. Таблица 2 систематизира основните рискови канали, през които финансовата некомпетентност взаимодейства със структурните особености на туризма и засилва тяхното негативно въздействие върху устойчивостта на сектора.

Таблица 2 илюстрира основния теоретичен аргумент на изследването, а именно че при ниско равнище на финансова грамотност секторните рискове не само се проявяват с по-висока интензивност, но и променят своя характер. Сезонността, която при финансово подготвен мениджмънт може да бъде предвидим и планиран елемент от бизнес цикъла, лесно се превръща в хроничен ликвиден проблем при липса на резерви, бюджетна дисциплина и адекватно управление на паричните потоци. По сходен начин инфлационният натиск би могъл да бъде частично компенсиран чрез навременни

ценови корекции, оптимизация на разходите или предоговаряне на условия с доставчици, но при ограничена финансова компетентност често води до трайно свиване на рентабилността и натрупване на задължения.

Таблица 2
Рискови канали на взаимодействие между финансова некомпетентност и секторни уязвимости

Риск	Механизъм на въздействие	Канал на засилено въздействие при ниска финансова грамотност
Сезонност	Неравномерни приходи, водещи до циклични ликвидни проблеми	Липса на предпазни спестявания; прибягване до скъп потребителски кредит
Инфлационен риск	Ръст на оперативните разходи, водещи до свиване на рентабилността	Неспособност за своевременно преструктуриране на разходите
Кредитен риск	Задлъжнялост над капацитета за обслужване	Избор на несъответстващи кредитни продукти
Ликвиден риск	Невъзможност за покриване на краткосрочни задължения	Отсъствие на резервни фондове; затруднен достъп до кредитни линии
Валутен риск	Колебания на курсовете при международен туризъм	Липса на стратегия за управление на валутния риск или валутни резерви

Източник: Авторова систематизация

Това разграничение между управляем риск и системна уязвимост е в основата на аргумента за необходимостта от целенасочени политики в областта на финансовото образование. В туризма дори сравнително малки интервенции, насочени към конкретни групи като семейни хотели, сезонни предприятия или микробизнеси с ограничен административен капацитет, могат да доведат до осезаеми резултати. Подобряването на базови умения като планиране на разходите, управление на ликвидността и оценка на кредитния риск често има пряк ефект върху финансовото представяне на предприятията, тъй като намалява зависимостта от скъпо краткосрочно финансиране, подобрява устойчивостта при извънсезонни периоди и създава по-добри условия за инвестиционно планиране. Именно поради това инвестициите във финансова грамотност следва да се разглеждат не като социален разход, а като сравнително нискоразходен инструмент с потенциал за значителен икономически ефект върху устойчивостта и конкурентоспособността на туристическия сектор.

3. Международни добри практики, инструменти и мерки за въздействие

Прегледът на международните практики позволява да се открояят три модела на интервенция с доказана ефективност, разграничени по механизма на действие и по канала, чрез който въздействат върху финансовата компетентност в туризма. Трябва да се има предвид, че за много държави туризмът е с висока тежест в икономиката, поради което прилагането на политики в образованието и партнирането с частния сектор са мерки с висока рентабилност и позитивен икономически ефект. ОИСР установява, че преди пандемията туризмът е допринасял средно с 4,4% от БВП и с 6,9% от заетостта в страните-членки, като в Гърция, Исландия, Мексико и Португалия делът надвишава 7% от БВП (OECD, 2024). За Хърватия секторът формира до 25% от БВП (U.S. Department of State , 2025), което придава особено висока системна значимост на всяка политика, подобряваща финансовата устойчивост на туристическите МСП.

Първият модел е институционален и изисква интегриране на финансовото образование в системата на секторното обучение. Испания е водещият пример със задължителни модули по финансово управление в туризма, вградени в програмите на профилираните гимназии и университетите. Тези учебни дисциплини и модули осигуряват базово ниво на компетентност, преди специалистите да навлязат на пазара на труда. Ефектът е превантивен и структурен: вместо да се коригират дефицити *ex post*, се изгражда ресурс с понзания и умения *ex ante*. Наблюдения на испанското Министерство на туризма сочат намаление на несъстоятелностите сред МСП в хотелиерството в периода 2015–2019 година, когато тези програми достигат пълна зрялост и започват да носят измерими ползи. Моя-Мартинес и Дел Поцо - Рубио демонстрират в иконометричен анализ на испански туристически МСП, че адекватната капиталова структура, постигната в резултат от финансова компетентност на ръководствата на фирмите е водещият детерминант на тяхната преживяемост при кризи (Moya-Martínez & Del Pozo-Rubio, 2021).

Вторият модел е моделът на пазарно подпомагане. При този вариант се формират публично-частни партньорства, при които туристическите асоциации и търговските банки разработват съвместни финансови продукти и консултантски услуги. Хърватия е показателен пример. Специализираните кредитни линии за сезонни предприятия, конструирани съвместно с туристическата асоциация, включват вградени инструменти за финансово планиране като условие за усвояване. По този начин достъпът до финансиране сам по себе си функционира като образователен стимул. Хърватската банка за реконструкция и развитие (HBOR) предоставя специализирани кредитни линии за туристически МСП с вградени условия за финансово планиране, а търговски банки като PBZ предлагат „сезонни пакети за финансиране",

конструирани около нестабилните парични потоци в туристическия бранш (HBOR, 2023) (OneMoneyWay, 2025). Ефектът от публичната подкрепа е измерим: изследване на въздействието на COVID-19 грантовете за хърватски туристически МСП установява, че подпомогнатите предприятия значително по-рядко са преустановили дейност и са поддържали по-висока заетост в кризисния период (Stojcic & Vizek, 2024).

Япония използва подобен модел, като японската банка за развитие е практически интегратор на финансов достъп и управленска компетентност. Japan Finance Corporation (JFC), която е изцяло собственост на японското правителство предоставя специализирани кредитни линии за туристически и хотелиерски МСП чрез 152 регионални клона, съчетавайки финансирането с вграден консултантски компонент по финансово управление. Ефектите от модела са мащабируеми и измерими. JFC обслужва около 46% от всички МСП в Япония, а образователната функция е институционализирана, а не оставена на пазарния избор (Japan Finance Corporation, 2025).

Португалия прилага модифицирант вариант с важна добавка. Специализираната онлайн платформа под егидата на Turismo de Portugal, предоставяща безплатни инструменти за финансово планиране, ориентирани към туристическите МСП предоставя безплатни дигитални инструменти за финансово планиране, достигайки до над 40 000 предприятия от туристическия бранш (Turismo de Portugal, 2022).

Гърция представлява особено интересен пример, тъй като показва както потенциала, така и ограниченията на модел, основан предимно на пазарни механизми и ограничена институционална координация. Туристическият сектор в страната е силно фрагментиран и доминиран от микропредприятия, които формират преобладаващата част от туристическия бизнес и остават изключително чувствителни към външни икономически сътресения, сезонни спадове и промени в потребителското търсене (OECD, 2025a). Финансовата подкрепа за предприятията се реализира основно чрез инвестиционни стимули по Закона за развитие и различни програми, финансирани със средства от европейските фондове. Въпреки това достъпът до финансиране продължава да бъде сериозен проблем, особено за по-малките и по-зрелите предприятия с ограничен кредитен профил или недостатъчна обезпеченост. Съществена роля в сектора изпълнява Гръцката туристическа конфедерация (SETE), която публикува секторни анализи, методически насоки и финансова информация за бизнеса, както и представлява интересите на туристическите предприятия пред държавните институции. Независимо от това, дейността ѝ остава насочена основно към пазарна координация и секторно представителство, без ясно изразен образователен или обучителен компонент, свързан с изграждането на финансова компетентност. Именно тук се проявява една от основните слабости на модела: наличието на финансови инструменти само по себе си не гарантира тяхното

ефективно използване, когато предприятията не разполагат с достатъчен капацитет за финансово планиране и оценка на риска.

Показателно в това отношение е, че Гърция е сред държавите в ЕС с най-висок дял на малки и средни предприятия, които изпитват затруднения при достъпа до банково кредитиране и декларират несигурност при кандидатстване за финансиране. Този проблем не произтича единствено от банковите изисквания или ограничения достъп до капитал, а и от ограничената способност на част от предприятията да структурират финансово устойчиви проекти, да оценяват кредитния риск и да използват адекватно наличните финансови инструменти. Именно поради това през последните години Европейската комисия и OECD насочват вниманието си към необходимостта от по-системен подход, включващ не само финансово подпомагане, но и политики за повишаване на финансовата грамотност и управленския капацитет на микро- и малките туристически предприятия (OECD, 2024b) (OECD, 2025a) (European Commission, 2022).

Третият модел е технологичен и е насочен към стимулиране на дигитализацията на финансовото управление. Италия реализира програмата „Piano Transizione 4.0“ като една от основните мерки за дигитална трансформация в рамките на Националния план за възстановяване и устойчивост, предвиждаща значителни данъчни стимули за инвестиции в технологични активи, включително счетоводен и управленски софтуер (Italia Domani, 2021) (Martinelli & Tunisini, 2024). Политиката е насочена основно към малките и средните предприятия, които традиционно изостават в процесите на дигитализация и финансово управление. Данни на OECD (2024) показват, че повече от половината италиански МСП вече инвестират активно в цифрови решения, а изследвания върху предходната програма Industria 4.0 установяват положителен ефект върху производителността и организационната ефективност на предприятията (Cefis, Scrofani, & Tubiana, 2025). В практиката дигитализацията има значение не само като технологично обновление, а и като инструмент за постепенно изграждане на финансова дисциплина. Самото използване на дигитални системи изисква по-структурирано бюджетиране, проследяване на разходите и по-добро управление на паричните потоци, което създава предпоставки за натрупване на управленски и финансови компетентности дори извън рамките на формално обучение.

Япония илюстрира четвърти модел — този на публичната развойна банка като интегратор на финансов достъп и управленска компетентност. Japan Finance Corporation (JFC), изцяло собственост на японското правителство, предоставя специализирани кредитни линии за туристически и хотелиерски МСП чрез 152 регионални клона, съчетавайки финансирането с вграден консултантски компонент по финансово управление. Моделът е мащабируем и измерим: JFC обслужва около 46% от всички МСП в Япония, а образователната функция е институционализирана, а не оставена на пазарния избор (JFC, 2024).

Таблица 3
Сравнителен анализ на инструменти и мерки за въздействие в международен план

Държава	Инструмент на политиката	Измерим ефект
Испания	Задължителни модули по финансово управление в туризма (Ley Orgánica de Educación)	Намаляване на несъстоятелностите сред МСП в хотелиерството с 12% (2015–2019)
Португалия	Дигитална платформа Turismo de Portugal с безплатни инструменти за МСП	Обхват над 40 000 предприятия; ръст на дигиталните транзакции с 23%
Хърватия	Публично-частни партньорства на туристически асоциации и търговски банки	Специализирани кредити с по-ниска лихва; рязко намаляване на несъстоятелностите в пандемията
Италия	Грантове за дигитализация (Piano Transizione 4.0) и финансово обучение за МСП	68% от подпомогнатите МСП отчитат подобрено финансово планиране
Гърция	Пазар на частни консултантски фирми; секторни финансови наръчници	За Гърция измерими резултати не са налични поради скорошното стартиране на стратегическите интервенции, но е пример, демонстриращ ефекта от *отсъствието* на системна политика. Националната стратегия за финансова грамотност (2024) още не е дала измерими резултати.

Източник: Авторска систематизация по официални доклади на министерства и туристически асоциации.

Сравнителният анализ на международните практики следва да отчете различията в институционалната среда и степента на развитие на самия туристически сектор. Част от разгледаните модели са резултат от дългосрочно изграждани механизми за координация между държавата, образователните институции, финансовия сектор и браншовите организации. Испания и Португалия например разполагат с добре развита система за секторно образование и устойчиви публични политики в туризма, докато в България подобни форми на координация все още са ограничени. От своя страна хърватският модел показва значението на силните браншови организации и активното участие на банковия сектор, което предполага наличие на институционален капацитет и високо ниво на доверие между участниците на пазара. В български условия подобни предпоставки съществуват частично, но все още не са достатъчно развити, за да подкрепят мащабни и устойчиви публично-частни инициативи.

Съществено в разгледаните примери е, че нито един от работещите модели не се основава единствено на отделни обучителни кампании или краткосрочни информационни инициативи. Най-устойчиви резултати се наблюдават там, където финансовото образование е свързано пряко с дос-

тъпа до финансиране, дигиталните инструменти или ежедневното финансово управление на предприятията. Именно тази връзка между практическия икономически интерес и придобиването на финансови умения превръща политиките в реално ефективни. Това има особено значение за България, където еднократните семинари и кампании често остават с ограничен и краткотраен ефект. За разлика от тях, мерките, които интегрират финансовата грамотност в самата бизнес среда чрез банкови продукти, дигитални системи или секторно обучение, създават предпоставки за по-трайна промяна във финансовото поведение и за повишаване устойчивостта на туристическите предприятия.

4. Насоки за изграждане на финансова устойчивост в българския туристически сектор

България все още не разполага с последователна и секторно насочена политика за развитие на финансовата грамотност в туризма. Съществуващите инициативи като отделни обучения по европейски проекти, краткосрочни кампании или ограничени академични модули остават ограничени и не са обвързани с механизми за измерване на реалното им въздействие върху финансовото състояние на предприятията. Допълнителен проблем е отсъствието на координация между ключовите институции, в този случай Министерството на туризма, Министерството на образованието и науката, БНБ и браншовите асоциации при формирането на обща рамка за финансови компетентности в сектора.

Паралелно с институционалния дефицит съществува и пазарен провал, като финансовото консултиране за туристически МСП е недостатъчно развито като пазар и остава силно ограничено, тъй като значителна част от микробизнесите не разполагат с ресурс да използват специализирани услуги, а често нямат и достатъчна подготовка, за да оценят тяхното качество и практическа полза. Това създава типична ситуация на асиметрична информация, при която предприятията с най-голяма нужда от финансова подкрепа и планиране остават извън пазара на подобни услуги. Именно поради това необходимостта от публична намеса изглежда икономически обоснована, особено в сектор с висока чувствителност към ликвидни затруднения и сезонни колебания.

На основата на проведеното изследване могат да бъдат очертани няколко практически приложими направления за политика. На първо място стои необходимостта от разработване на национална рамка за финансова грамотност в туризма, изградена съвместно от държавните институции, висшите училища и браншовите организации. Министерството на туризма, МОН и представителни браншови организации следва да разработят Национална рамка за финансова грамотност в туризма, обвързана с изискванията за лицензиране на туристически агенти и хотелиери.Подобна рамка

следва да дефинира минимални компетентности в областта на финансовото планиране, управлението на риска и ликвидността, обвързани с професионалната подготовка и квалификацията в сектора.

Съществен потенциал съществува и при стимулирането на дигитализацията на финансовото управление. Въвеждането на данъчни стимули или частично субсидиране за внедряване на ERP системи, счетоводни платформи и инструменти за управление на паричните потоци би имало двойно въздействие, едновременно подобрявайки оперативната ефективност и постепенно изграждайки финансова дисциплина чрез ежедневната практика. Международният опит показва, че подобни мерки са особено ефективни при микропредприятия, където липсва обособен финансов мениджмънт.

Друг ключов елемент е изграждането на публично-частни партньорства между държавата, банковия сектор и туристическите асоциации. Специализирани кредитни линии за туристически МСП, комбинирани с елементи на финансово консултиране и базово финансово планиране, биха могли значително да подобрят устойчивостта на предприятията при сезонни спадове и кризисни ситуации. Важно е подобни механизми да бъдат ориентирани към практическо приложение и реални измерими резултати, а не към формално изпълнение на административни изисквания.

Полезен инструмент би могла да бъде и централизирана дигитална платформа под егидата на Министерството на туризма или друга компетентна институция, предоставяща безплатни инструменти за бюджетиране, сезонно планиране на паричните потоци, базови финансови симулатори и актуална информация за финансови програми и регулации. Подобен подход би бил особено полезен за семейните хотели, къщите за гости и микропредприятията, които често работят с ограничен административен ресурс.

Не по-малко важно е интегрирането на практическо финансово обучение във висшето и професионалното образование по туризъм. Подготовката на бъдещите специалисти следва да надхвърля теоретичните дисциплини и да включва работа с реални казуси, анализ на сезонни парични потоци, оценка на ликвидността и управление на риска в условията на нестабилна бизнес среда. Именно тук се формира дългосрочната устойчивост на сектора, тъй като липсата на финансова подготовка често се проявява едва при първата по-сериозна икономическа криза.

Следва да се отчете и фактът, че ефективността на подобни политики зависи не толкова от мащаба на отделните инициативи, колкото от тяхната последователност, интегрираност и способността им да достигнат до най-уязвимите групи в сектора. Дори сравнително ограничени инвестиции в повишаване на финансовата грамотност могат да доведат до осезаемо подобрение на финансовото представяне на туристическите предприятия, когато са насочени към малки семейни бизнеси и предприятия с ограничен управленски капацитет. Именно поради това финансовата грамотност

следва да се разглежда не като периферна образователна тема, а като елемент от икономическата устойчивост и конкурентоспособността на туристическия сектор.

Представеният анализ следва да бъде интерпретиран и с оглед на някои ограничения. На първо място, липсата на секторно дезагрегирани данни за финансовата грамотност в България. Наличните международни индикатори позволяват общи изводи, но не дават достатъчно информация за спецификите на туристическия сектор. Това очертава необходимостта от бъдещи количествени изследвания, насочени конкретно към туристическите предприемачи и микропредприятията. В същото време международните практики, използвани в анализа, се основават предимно на официални институционални доклади, което предполага известен риск от фокус върху по-успешните политики за сметка на по-слабо ефективните инициативи. Въпреки това разгледаните примери позволяват да се очертаят достатъчно ясно основните тенденции и работещите механизми за повишаване на финансовата устойчивост в туризма.

6. Заключение

Финансовата грамотност в туристическия сектор е структурен проблем с измерими икономически последици. Анализът показва, че тя има пряко отношение към устойчивостта на предприятията и способността им да реагират на сезонни спадове, ликвидни затруднения, инфлационен натиск и ограничен достъп до финансиране. В условията на висока зависимост от малки и семейни предприятия недостатъчната финансова компетентност засилва вече съществуващите структурни уязвимости на сектора и увеличава риска от натрупване на дългосрочни финансови проблеми. Тази теза е подкрепена от сравнителния анализ на международните практики, показващ, че целенасочените политически интервенции в Испания, Португалия, Хърватия и Италия са довели до измерими подобрения в управленския капацитет и финансовата устойчивост на туристическите МСП. Именно подобен подход би могъл да има реален ефект и в България, където към момента липсва последователна стратегия, насочена към финансовата устойчивост на туристическите МСП.

В този смисъл инвестициите във финансова грамотност следва да се разглеждат не като второстепенна образователна мярка, а като инструмент за повишаване на адаптивността, конкурентоспособността и устойчивостта на туристическия сектор в условията на нарастваща икономическа несигурност. Дори сравнително ограничени, но добре таргетирани интервенции могат да доведат до значими положителни ефекти, когато достигат до предприятията с най-висока степен на уязвимост и ограничен управленски капацитет.

Използвана литература

HBOR. (2023). *Special SME Segments Investment under the National Recovery and Resilience Plan.* Croatian Bank for Reconstruction and Development.

U.S. Department of State . (2025). *2025 Investment Climate Statements: Croatia.* Washington DC: U.S. Department of State.

Cefis, E., Scrofani, S., & Tubiana, M. (2025). Innovation policies and firms' productivity: the Italian Industry 4.0 Plan for digital transformation. *Journal of Technology Transfer, Springer, vol. 50(5), October.*, 2443-2475.

Eurobarometer. (2023, July). Monitoring the level of financial literacy in the EU. Retrieved from https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2953

European Commission. (2022). *Support to the tourism ecosystem: towards a more sustainable, resilient and digital tourism in Greece. Reforms and Investments*. Retrieved from Strategy and policy: Reforms and Investments: https://reforms-investments.ec.europa.eu/technical-support-instrument-0/competitiveness/support-tourism-ecosystem-towards-more-sustainable-resilient-and-digital-tourism-greece_en

Eurostat. (2023, August 28). Quality of life indicators. *Quality of life indicators - measuring quality of life*. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Quality_of_life_indicators_-_measuring_quality_of_life#Framework_for_measuring_quality_of_life

Italia Domani. (2021, 5 16). *Transizione 4.0. Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.* Retrieved 2026, from italiadomani.gov.it

Japan Finance Corporation. (2025). *Annual report 2024.* Japan Finance Corporation. Retrieved from https://www.jfc.go.jp/n/english/report/pdf/jfc2025e_0.pdf

Lusardi, A., & & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature, 52*(1), 5-44.

Martinelli, E. M., & Tunisini, A. (2024). Digitalization in Italian SMEs: the transformation of marketing channels,. *Italian Journal of Marketing, Springer, vol. 2024(4), December.*, 445-474.

Moya-Martínez, P., & Del Pozo-Rubio, R. (2021). The Financing of SMEs in the Spanish Tourism Sector at the Onset of the 2008 Financial Crisis: Lessons to Learn? *Tourism Management Perspectives, 38.*

OECD. (2013). *Financial literacy and inclusion: Results of OECD/INFEsurvey across countries and by gender.* Retrieved from OECD Llibrary.

OECD. (2018). PISA 2018 Assessment and Analytical Framework. Вж. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/a1fad77c-en/index.html?itemId=/content/component/a1fad77c-en.

OECD. (2024). Estimating the Global Economic Impacts of International Tourism. *OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 2024/14.*

OECD. (2024b). Financial literacy in Greece: Relevance, actors and initiatives. . *OECD Tourism Papers, No. 2024/01*. doi:https://doi.org/10.1787/0e7d8a4e-en

OECD. (2025a). Enhancing the enabling environment for micro and small tourism enterprises in Greece. *OECD Tourism Papers, No. 2025/09*. doi:https://doi.org/10.1787/48b4382b-en

OneMoneyWay. (2025). *SME Banking in Croatia: Financial Products, Challenges, and Future Trends.* OneMoneyWay. Retrieved from https://onemoneyway.com/en/blog/sme-banking-croatia/

S&P Global. (2014). *S&P Global FinLit Survey.* Global Financial Literacy Excellence Center. Retrieved from https://gflec.org/initiatives/sp-global-finlit-survey/

Stojcic, N., & Vizek, M. (2024). Did COVID-19 grants support tourism firms in securing survival and employment? Evidence from Croatia. *Tourism Management, 104 (3).*
Turismo de Portugal. (2022). *SME Support Platform: Annual Report. Lisbon: Turismo de Portugal.* Turismo de Portugal.
U.S. Financial Literacy and Education Commission. (2020). *U.S. National Strategy for Financial Literacy 2020.*
Радулова, А. (2011). Персоналните финанси в България – теоретични аспекти и емпирични свидетелства. *Библиотека „Образование и наука“.*

FINANCIAL LITERACY AS A FACTOR FOR THE SUSTAINABILITY OF THE TOURISM SECTOR: STRUCTURAL CONSTRAINTS, RISK CHANNELS, AND POLICY INSTRUMENTS

Shenay Raimova[2]
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov,
Department of Finance and Credit

Abstract: This paper examines financial literacy as a factor that directly influences the sustainability of the tourism sector. The study is based on the understanding that a significant part of the challenges in tourism does not stem solely from external economic crises, but also from the limited capacity of enterprises and employees in the sector to manage seasonal revenues, liquidity, indebtedness, and financial risk. In conditions of high seasonality and unstable cash flows, low financial competence amplifies the impact of existing sectoral imbalances and creates prerequisites for long-term economic vulnerability. This is particularly evident among small family businesses, which constitute a substantial share of the tourism industry in Bulgaria and often operate with limited reserves and a high dependence on short-term revenues.

Through a comparative analysis of policies and best practices from Spain, Portugal, Japan, Croatia, Italy, and Greece, three main approaches with proven positive effects are identified: integration of financial education into sector-specific training, development of public–private partnerships with the banking sector, and promotion of the digitalization of financial management among small and medium-sized enterprises. On this basis, recommendations for Bulgaria are formulated, aimed at enhancing the financial sustainability and competitiveness of the tourism sector through practical and measurable policy measures.

Keywords: financial literacy; tourism SMEs; seasonal risk; liquidity resilience; financial education.

[2] shenaymehmedova@gmail.com