85 години

Международна научно-практическа конференция

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Том II

85 години

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ

„Димитър А. Ценов" - Свищов

Международна научно-практическа конференция

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

8-9 ноември 2021 г.

Том II



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Свищов, 8-9 ноември 2021 г.

Посветена на 85 години от създаването
на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“

Сборник с доклади

ТОМ II

Международната научно-практическа конференция е организирана в изпълнение на проект №НФ-2-2021 „Устойчиво развитие и социално-икономическа кохезия през XXI век – тенденции и предизвикателства“, финансиран със средства по Наредба на МОН за насърчаване на научно-изследователската дейност

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2021

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ
Проф. д-р Марияна Божинова
Ректор на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ - председател
Проф. д. н. Борислав Борисов
Проф. д. н. Божидар Божинов
Проф. д-р Стоян Проданов
Доц. д-р Галина Чиприянова
Доц. д-р Здравко Любенов
Доц. д-р Иван Марчевски
Доц. д-р Ирена Емилова
Доц. д-р Искра Пантелеева
Доц. д-р Катя Личева
Доц. д-р Людмил Несторов
Доц. д-р Марина Николова
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Силвия Костова
Доц. д-р Христо Сирашки

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ
Доц. д-р Румен Ерусалимов - *председател*
Проф. д-р Пенка Шишманова
Проф. д-р Стефан Симеонов
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Теодора Филипова
Гл. ас. д-р Асен Божиков

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ
Проф. д-р Любчо Варамезов - *председател*
Проф. д-р Анета Денева
Проф. д-р Атанас Атанасов
Проф. д-р Йордан Василев
Проф. д-р Красимир Шишманов
Проф. д-р Маргарита Богданова
Проф. д-р Пенка Шишманова
Проф. д-р Стефан Симеонов
Доц. д-р Александър Ганчев
Доц. д-р Венцислав Василев
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Румен Ерусалимов
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Теодора Филипова

Публикуваните материали са рецензирани. Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

ISBN 978-954-23-2069-2 (print)
ISBN 978-954-23-2070-8 (online)

D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS – SVISHTOV

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND SOCIO-ECONOMIC COHESION IN THE 21ST CENTURY: TRENDS AND CHALLENGES

Svishtov, 8th - 9th November 2021

Dedicated to the 85th anniversary since the establishment of D. A. Tsenov Academy of Economics

Conference Proceedings

VOLUME II

The international scientific and practical conference has been organized as implementation of project SF-2-2021 "Sustainable Development and Socio-Economic Cohesion in the 21st Century: Trends and Challenges", financed with funds by Ordinance of the Ministry of Education and Science for encouraging scientific research

Tsenov Academic Publishing House
Svishtov
2021

PROGRAM COMMITTEE
Prof. Mariyana Bozhinova, Ph.D.
Rector of D. A. Tsenov Academy of Economics
Prof. Borislav Borissov, D.Sc.
Prof. Bozhidar Bozhinov, D.Sc.
Prof. Stoyan Prodanov, Ph.D.
Assoc. Prof. Galina Chipriyanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Zdravko Lyubenov, Ph.D.
Assoc. Prof. Ivan Marchevski, Ph.D.
Assoc. Prof. Irena Emilova, Ph.D.
Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, Ph.D.
Assoc. Prof. Katya Licheva, Ph.D.
Assoc. Prof. Lyudmil Nestorov, Ph.D.
Assoc. Prof. Marina Nikolova, Ph.D.
Assoc. Prof. Plamen Petkov, Ph.D.
Assoc. Prof Silviya Kostova, Ph.D.
Assoc. Prof Hristo Sirashki, Ph.D.

ORGANIZING COMMITTEE
Assoc. Prof. Rumen Erusalimov, Ph.D., Chairman
Prof. Penka Shishmanova, Ph.D.
Prof. Stefan Simeonov, Ph.D.
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, Ph.D.
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Svetoslav Iliychovksi, Ph.D.
Assoc. Prof. Teodora Filipova, Ph.D.
Head Asst. Asen Bozhikov, Ph.D.

EDITORIAL COMMITTEE
Prof. Lyubcho Varamezov, Ph.D., Chairman
Prof. Aneta Deneva, Ph.D.
Prof. Atanas Atanasov, Ph.D.
Prof. Yordan Vasilev, Ph.D.
Prof. Krasimir Shishmanov, Ph.D.
Prof. Margarita Bogdanova, Ph.D.
Prof. Penka Shishmanova, Ph.D.
Prof. Stefan Simeonov, Ph.D.
Assoc. Prof. Aleksandar Ganchev, Ph.D.
Assoc. Prof. Ventsislav Vassilev, Ph.D.
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, Ph.D.
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Rumen Erusalimov, Ph.D.
Assoc. Prof. Svetoslav Iliychovski, Ph.D.
Assoc. Prof. Teodora Filipova, Ph.D.

The published materials have been reviewed. The authors are responsible for the content and layout of their papers, the opinions expressed, the data used and the sources cited.

ISBN 978-954-23-2069-2 (print)
ISBN 978-954-23-2070-8 (online)

СЪДЪРЖАНИЕ

ТОМ II

МЕНИДЖМЪНТ, МАРКЕТИНГ, ПЛАНИРАНЕ, МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА, БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА

МЕЖДУНАРОДНАТА ПРОИЗВОДСТВЕНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ
В СЪВРЕМЕННИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕН БИЗНЕС
Проф. д.ик.н. Таня Горчева 7

INTEGRATION PROCESSES IN INTERNATIONAL BUSINESS: DIAGNOSIS
OF PREREQUISITES, PARAMETRIZATION AND SIMULATION
D. Sc. Econ., Professor, Illya Khadzhynov, D. Sc. Econ., Professor, Maryna Savchenko
Docent, PhD in Economics, Mariia Shkurat 16

ТЕРИТОРИАЛНИ ПРОПОРЦИИ, ДИСПРОПОРЦИИ… КОХЕЗИЯ?
(ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ)
Проф. д-р Веселин Бояджиев 25

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРИ УПРАВЛЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ
РЕСУРСИ В КОНТЕКСТА НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19
Гл. ас. д-р Весела Петрова, Доц. д-р Боряна Трифонова,
Гл. ас. д-р Бориславa Гълъбова, **Проф. д-р Емил Димов** 34

ГРАДЪТ - ИКОНОМИЧЕСКИ КАТАЛИЗАТОР
ЗА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНА
Проф. д-р Константин Калинков 43

ПОЛИТИКИ (НЕ)ОСНОВАНИ НА ДОКАЗАТЕЛСТВА
Проф. д-р Маргарита Богданова 51

КОНЦЕПТУАЛИЗИРАНЕ НА СИСТЕМНИ СТРАТЕГИЧЕСКИ ОБРАТИ
Проф. д-р Никола Янков 59

INSTITUTIONAL CHANGES IN THE PUBLIC ADMINISTRATION
OF AGRICULTURE TO INFLUENCE UKRAINIAN AGRO – EXPORTS
Assoc. Prof. Oksana Kiforenko, PhD 66

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
КОМПЕТЕНЦИЙ БЕЛОРУССКИХ МЕНЕДЖЕРОВ
Доктор экономических наук, профессор Наталья Маковская 74

ПРОБЛЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ
Профессор, доктор экономических наук Вардан Бостанджян,
Кандидат экономических наук, д-р Армине Захарян, **Юлиана Акобян** 80

СЪВРЕМЕННИ МАРКЕТИНГОВИ АСПЕКТИ НА ПАЗАРА
НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Ваня Григорова ……..…….. 91

РОЛЯТА НА ОРГАНИЗАЦИОННАТА КУЛТУРА
ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА
Доц. д-р Корнелия Тодорова ……..……..…….…….. 100

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА
КАТО ФАКТОР НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ЕФЕКТИВНОСТТА
НА НОВА ПАРАДИГМА НА ИНДУСТРИАЛНОТО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Александър Александрович Сергеев …..……...…….……. 108

ОРГАНИЗАЦИОННИ ПРОЦЕСИ И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Анатолий Асенов …...…….…..……. 116

ПРОФЕСИОНАЛНО ПРЕГРЯВАНЕ И МОБИНГ
В ДИГИТАЛНА РАБОТНА СРЕДА
Доц. д-р Венета Христова …….……..……. 124

БИЗНЕС МОДЕЛИ И ТЕНДЕНЦИИ НА ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ
Доц. д-р Веселин Попов, Доц. д-р Петя Емилова ……..……. 132

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ИНФЛУЕНСЪР МАРКЕТИНАГА В БИЗНЕСА
Доц. д-р Виржиния Иванова …….……. 139

ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19 ВЪРХУ
ВЪНШНАТА ТЪРГОВИЯ С УСЛУГИ НА БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Галина Захариева …….……. 147

ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ – КЛЮЧОВ ФАКТОР
ЗА ЕФЕКТИВНО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОМЯНАТА
Доц. д-р Георги Кондев ……..…….……. 155

ВЛИЯНИЕ НА TQM И ВЪНШНИТЕ РИСКОВЕ
ВЪРХУ ПРОЦЕСИТЕ СВЪРЗАНИ С УПРАВЛЕНИЕ
НА ПРОМЯНАТА В ОРГАНИЗАЦИЯТА
Доц. д-р Георги Кондев, Докторант Ирена Михайлова …….……..……. 164

ЕКОИНОВАЦИИ И РЕСУРСНА ЕФЕКТИВНОСТ
Доц. д-р Дафина Донева …..……. 172

ЕТИКА И ЕТИЧНАТА ИНФРАСТРУКТУРА –
МОДЕЛИ В ПУБЛИЧНИЯ СЕКТОР
Доц. д-р Евелина Парашкевова, Докторант Изабела Йонкова …….……. 179

МОДЕЛИРАНЕ НА ЕКСПОРТНАТА ПАЗАРНА ОРИЕНТАЦИЯ
Доц. д-р Здравко Любенов ……..……. 187

ВЛИЯНИЕ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19
ВЪРХУ ДЪЛГОСРОЧНИТЕ НАГЛАСИ И НАВИЦИТЕ
ПРИ ПОТРЕБЯВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ
Доц. д-р Иван Марчевски, Ас. д-р Криста Нейкова ……..……. 191

РЕЦЕСИЯТА ПОРОДЕНА ОТ COVID-19 И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ
ЗА ПРОМЕНИ В БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА
Доц. д-р Людмил Несторов ……..……. 199

РЕКЛАМНИТЕ АГЕНЦИИ В КОМУНИКАЦИОННИЯ ПРОЦЕС
Доц. д-р Пенка Горанова ……...…….……. 210

ЕФЕКТЪТ НА РОЗЕНТАЛ – КОНТРОЛНИ И УПРАВЛЕНСКИ АСПЕКТИ
Доц. д-р Пепа Стойкова, Доц. д-р Ирена Емилова ……...…….……. 218

ДИГИТАЛНАТА ЕКОСИСТЕМА – ТЕХНОЛОГИИ И БИЗНЕС МОДЕЛИ
Доц. д-р Петя Емилова, Доц. д-р Веселин Попов ……...……...……. 227

РАЗБИРАНЕ ЗА РОЛЯТА НА ОБРАЗОВАНИЕТО
В ПОСТИГАНЕТО НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Румяна Златева ……..……. 234

НАМАЛЯВАНЕ НА РАСТЕЖА И ДЕСТАБИЛИЗИРАЩИ
ЕФЕКТИ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19 ВЪРХУ
ГЛОБАЛНАТА ИКОНОМИКА
Доц. д-р Румяна Златева, Доц. д-р Али Балканли ……..……. 241

ТЕОРЕТИЧНИ И ЕМПИРИЧНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА КОМУНИКАЦИОННАТА
ПОЛИТИКА НА ТЪРГОВСКАТА СТРУКТУРА
Доц. д-р Христина Михалева, Х. ас. д-р Светла Атанасова ……..……. 250

МЯСТО И СЪДЪРЖАНИЕ НА ПРОЦЕСА ЗА УПРАВЛЕНИЕ
НА ПРОЕКТИ ПО ОТНОШЕНИЕ НА ОСТАНАЛИТЕ ПРОЦЕСИ
Доц. д-р Христо Сирашки ……..…… 259

УПРАВЛЕНИЕ НА ИНОВАЦИИТЕ В ИНДУСТРИАЛНОТО
ПРЕДПРИЯТИЕ В УСЛОВИЯТА НА КРИЗА
Гл. ас. д-р Бориславa Гълъбова ……..……..…… 266

ДИФУЗИЯТА НА ИНОВАЦИИ В БЪЛГАРИЯ
Гл. ас. д-р Даниела Илиева ……..……...…. 276

АЛГОРИТЪМ ЗА ФИНАНСОВО УПРАВЛЕНИЕ
В ОБРАЗОВАТЕЛНА ИНСТИТУЦИЯ
Гл. ас. д-р Деница Загорчева ……....…. 284

УПРАВЛЕНИЕ НА КАРИЕРАТА –
ПРОБЛЕМИ И РЕШЕНИЯ
Гл. ас. д-р Десислава Алексиева ……....…. 292

УПРАВЛЕНИЕ НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО В ОРГАНИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Елена Йорданова ……..…..… 298

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПЛАНИРАНЕТО
НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕСА
Гл. ас. д-р Елица Лазарова …….……..... 303

ГЛОБАЛНАТА ТЪРГОВИЯ С ВИСОКОТЕХНОЛОГИЧНИ
ПРОДУКТИ КАТО ДВИГАТЕЛ НА РАСТЕЖА
Гл. ас. д-р Ивайло Петров …….…..…. 312

ВЛИЯНИЕ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА НА ОБРАЗОВАНИЕТО
ВЪРХУ ЦИФРОВИТЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ НА ПРЕПОДАВАТЕЛИТЕ
Гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова …….……..… 320

СТРАТЕГИЧЕСКА КОРПОРАТИВНА ОТГОВОРНОСТ –
ОСОБЕНОСТИ И ЗНАЧЕНИЕ ЗА ОРГАНИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Милен Динков …… 328

МЕДИКО-ГЕОГРАФСКАТА КОХЕЗИЯ В БЪЛГАРИЯ
Гл. ас. д-р Нели Веселинова …… 335

СЪСТОЯНИЕ НА БЪЛГАРСКИЯ ИЗНОС В КОНТЕКСТА
НА ПАНДЕМИЯТА ОТ КОВИД-19
Гл. ас. д-р Недялко Несторов ……..…..…… 343

КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ
КАТО КОМПОНЕНТ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ –
ВЗАИМОВРЪЗКИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
Гл. ас. д-р Станислава Стоянова …….……. 349

ИНТЕГРИРАНИТЕ ТЕРИТОРИАЛНИ ИНВЕСТИЦИИ КАТО ИНСТРУМЕНТ
ЗА ПОСТИГАНЕ НА КОНВЕРГЕНЦИЯ МЕЖДУ РЕГИОНИТЕ
Ас. д-р Мариела Стоянова …….……. 357

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ ПРИ КРИЗА - СЪВРЕМЕННИ
ИЗМЕРЕНИЯ И ВЪЗМОЖНИ БИЗНЕС РЕШЕНИЯ
Ас. д-р Надежда Стефанова ……..…. 363

РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА РЕКЛАМНИЯ ПРОЦЕС В АГРОБИЗНЕСА
Ас. д-р Пламен Петров ……..……. 371

INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP IN THE NEXT NORMAL:
CHALLENGES AND OPPORTUNITIES
Sen. lect. Margarita Mihaylova, PhD …….…….. 378

СИСТЕМИ ЗА ЕФЕКТИВНОСТ НА МАРКЕТИНГОВАТА
ДЕЙНОСТ В ДИГИТАЛНА СРЕДА
Д-р Ралица Янева …….…. 385

ПРЕСТРУКТУРИРАНЕ НА МЪРЧАНДАЙЗИНГОВОТО ПРОДУКТОВО НИВО ПОСРЕДСТВОМ МАТРИЦАТА ARTHUR D. LITTLE – A. D. L.
Х. ас. д-р Светла Атанасова ……..... 393

THE IMPACT OF ELECTRONIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT PRACTICES ON ACHIEVING COMPETITIVE ENTREPRENEURSHIP FOR BUSINESS ORGANIZATIONS
Mohamed Mostafa Ali AlBaz, PhD, Lecturer,
Adham Said Ali Ibrahim, MSC, PhD Student ……..……..… 401

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТНИ ЕКИПИ В МУЛТИПРОЕКТНА СРЕДА
Докторант Боян Врančев ……..…….. 409

ИНОВАЦИИ ПРИ ПРИЛАГАНЕ НА „ЗЕЛЕНИ“ ПОЛИТИКИ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО
Докторант Владо Божилов ……...……..……. 416

КОНФЛИКТИТЕ В ОРГАНИЗАЦИЯТА И УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ
Докторант Мария Велкова ……..… 425

ОТРАСЛИ НА ИКОНОМИКАТА

КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЯТ ТУРИЗЪМ И БЪЛГАРСКАТА ПРОЕКЦИЯ
Проф. д-р Марияна Божинова ……..… 435

ИНДУСТРИАЛНА ПОЛИТИКА В ДЪРЖАВИ С РАЗВИВАЩИ СЕ ПАЗАРИ В КОНТЕКСТА НА ИНДУСТРИЯ 4.0
Проф. д.ик.н. Евгений Савелев, Проф. д.ик.н. Виталина Куриляк …….…….. 443

ОСОБЕНОСТИ НА ФОРМИРАНЕ НА МЕХАНИЗМА НА УПРАВЛЕНИЕ НА СОЦИАЛНО ОТГОВОРНИТЕ КОМПАНИИ ВЪВ ВЕРИГАТА НА ДОСТАВКИТЕ
Проф. д-р Анета Денева, Докторант Рустам Асланзаде ……..... 451

БЪЛГАРИЯ И РУМЪНИЯ КАТО АТРАКТИВНИ НИЪРШОРИНГ ДЕСТИНАЦИИ
Проф. д-р Любчо Варамезов, Кармен Врančев ……... 457

ДИГИТАЛНАТА ИНФРАСТРУКТУРА – ИНСТРУМЕНТ НА УПРАВЛЕНСКОТО КОНСУЛТИРАНЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА СМАРТ ТУРИЗМА
Доц. д-р Николай Цонев, Докторант Данаил Алеков ……..…….. 464

ВЛИЯНИЕ НА КРИЗИСНИТЕ СЪБИТИЯ ВЪРХУ ТЪРГОВИЯТА НА ДРЕБНО
Доц. д-р Венцислав Перков ……. 472

ЗНАЧИМОСТ НА АГРАРНИЯ СЕКТОР ЗА НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА
Доц. д-р Виолета Блажева …….…….. 480

НОВИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ БИЗНЕС
В ДИГИТАЛНА СРЕДА
Доц. д-р Искра Пантелеева ……..….. 488

ТУРИЗЪМ В УСЛОВИЯТА НА COVID-19
Доц. д-р Любка Илиева ……..….. 497

ФОРМИРАНЕ НА СЕНЗОРНИ ИЗЖИВЯВАНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ
ПАКЕТИ КАТО ФАКТОР ЗА ЗАВРЪЩАНЕ НА ТУРИСТИТЕ
В ДЕСТИНАЦИЯТА
Доц. д-р Мариана Янева, Д-р Ралица Георгиева ……..… 505

БИЗНЕС ИДЕНТИФИКАЦИЯ НА ПРОДУКТИТЕ ПО ЗДРАВЕН ТУРИЗЪМ
И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА РАЗВИТИЕТО ИМ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ
РАЙОНИ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Мариана Янева, Д-р Стилияна Басмаджиева ……. 513

СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКИЯ АГРАРЕН СЕКТОР
В УСЛОВИЯ НА ТРАНСФОРМИРАЩА СЕ
КЪМ УСТОЙЧИВОСТ ИКОНОМИКА
Доц. д-р Марина Николова ……..…… 523

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА УСТОЙЧИВ КООПЕРАТИВЕН
МОДЕЛ В БЪЛГАРСКОТО СЕЛСКО СТОПАНСТВО
Доц. д-р Маруся Линкова ……..….. 532

ИЗИСКВАНИЯ ОСИГУРЯВАЩИ ЗДРАВОСЛОВНИ
И БЕЗОПАСНИ УСЛОВИЯ НА ТРУД В ЦЕХОВЕТЕ
ЗА КОНФЕКЦИОНИРАНЕ НА ОБУВНИ ИЗДЕЛИЯ
Доц. д-р Николай Карев ……..……. 539

ТЪРГОВИЯТА НА БЪЛГАРИЯ С ТРЕТИ СТРАНИ –
АНАЛИЗИ И ТЕНДЕНЦИИ
Доц. д-р Петранка Мидова ……..…… 547

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОЦЕНКА НА ПАКЕТИ ОТ АКЦИИ
Доц. д-р Светослав Илийчовски ……..... 555

ВЪЗНИКВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ТЕКСТИЛНАТА ИНДУСТРИЯ
В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Сергей Найденов, Докторант Калин Петров Киряков …….. 564

ОМНИКАНАЛНАТА ИНТЕНЗИВНОСТ НА АСОРТИМЕНТНО ПРЕДЛАГАНЕ
КАТО ДЕТЕРМИНАНТА НА ПОТРЕБИТЕЛСКАТА УДОВЛЕТВОРЕНОСТ
Доц. д-р Симеонка Петрова …. ……...571

КООПЕРИРАНЕ И СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ ЗА УСТОЙЧИВ
РАСТЕЖ И ТЕХНОЛОГИЧНО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Славена Стоянова ……..…… 579

РЕГИОНАЛНАТА ПОЛИТИКА И ПРОГРАМИТЕ ЗА РАЗВИТИЕ
ТЕРИТОРИЯТА И ТУРИЗМА В СЪВРЕМЕННИТЕ УСЛОВИЯ
Доц. д-р Тихомир Личев ……. 587

СОЦИАЛНАТА КОХЕЗИЯ – ХАРАКТЕРИСТИКИ
И ТЕОРЕТИЧНА РАМКА
Гл. ас. д-р Ваня Ганева ……..….. 595

КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА БЕЗОТГОВОРНОСТ
Гл. ас. д-р Емил Николов …… 603

ЗАЕТИТЕ ЛИЦА В ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ –
СЪСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ
Гл. ас. д-р Зоя Иванова …… 611

ИНТЕЛИГЕНТНИ РЕШЕНИЯ ЗА ТЪРГОВИЯ НА ДРЕБНО –
ОБЛАЧНА БАЗИРАНА ТОЧКА НА ПРОДАЖБА
Гл. ас. д-р Иван Маринов …… 619

КРЪГОВАТА ИКОНОМИКА - МОДЕЛ ЗА ПОВИШАВАНЕ
УСТОЙЧИВОСТТА НА СЕЛСКОТО СТОПАНСТВО
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева ……... 625

ДИНАМИКА В ЗАЕТОСТТА НА ЛЕГЛОВАТА БАЗА ПО БЪЛГАРСКОТО
ЧЕРНОМОРИЕ ЗА ПЕРИОДА 2019-2021г.
Гл. ас. д-р Любомира Тодорова……632

ПРИЛОЖЕНИЕ НА СКЛАДОВИТЕ СИСТЕМИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА
ТЪРГОВСКИТЕ ПРОЦЕСИ ПРИ ОМНИКАНАЛНИ ТЪРГОВЦИ
Гл. ас. д-р Марияна Кътева…….. 638

ХОТЕЛИЕРСТВОТО В БЪЛГАРИЯ В УСЛОВИЯТА НА COVID-19
Гл. ас. д-р Павлин Павлов ……..……645

ПЛАНЪТ ЗА ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ И УСТОЙЧИВОСТ
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ – СМЯНА НА ПРИОРИТЕТИТЕ
В ТРАНСПОРТНИЯ СЕКТОР
Гл. ас. д-р Петя Коралова-Ножарова, Гл. ас. д-р Щерьо Ножаров…….……651

МРЕЖОВИ ВЕРИГИ НА ДОСТАВКА В АГРОБИЗНЕСА
Гл. ас. д-р Радка Ненова ……..…….…….659

ДИНАМИКА И РАЗВИТИЕ НА ПРОИЗВОДИТЕНОСТТА
НА ТРУДА В СЕКТОР УСЛУГИ
Гл. ас. д-р Силвия Господинова …….……...667

СЪЩНОСТНИ АСПЕКТИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева ……..……675

ФОТОВОЛТАИЧНИТЕ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТА
НА ЗЕЛЕНАТА СДЕЛКА
Гл. ас. д-р Явор Станев ……681

ТЕРИТОРИАЛНА КОНЦЕНТРАЦИЯ НА СЕКТОР НЕДВИЖИМА
СОБСТВЕНОСТ И ФАКТОРИТЕ, КОИТО МУ ВЛИЯЯТ
Гл. ас. д-р Яна Стоенчева ……..….. 686

ФАКТОРИ, ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИТЕ
НАМЕРЕНИЯ НА МЛАДИТЕ
Ас. д-р Ивайло Костов ……..695

НАЧИНИ ЗА ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ НА ДРЕБНИЯ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ
БИЗНЕС В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА СЛЕД COVID-19
Ст. преп. Елка Узунова ……702

ПРОИЗВОДСТВО НА ВОДОРОД ЧРЕЗ ЯДРЕНИ ЦЕНТРАЛИ –
ПЕРСПЕКТИВИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
Д-р Борислав Боев ……...……..708

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ТРЪЖНИТЕ ПРОЦЕДУРИ В УПРАВЛЕНИЕТО
НА ЗЕМЕДЕЛСКИТЕ ЗЕМИ – АКЦЕНТИ И ПРОБЛЕМИ
Доктор Валери Велковски ……..…….716

ПРОГРАМАТА ЗА ПРОФИЛАКТИКАИ РЕХАБИЛИТАЦИЯ
НА НОИ КАТО ЧАСТ ОТ ДЪРЖАВНАТА ПОЛИТИКА
ЗА ЗДРАВЕН ТУРИЗЪМ
Доктор Кристина Георгиева ……..725

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ
НА ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО КОХЕЗИОННАТА
ПОЛИТИКА ПРЕЗ XXI-ВЕК
Докторант Айтен Сабри …….. 733

ЗЕЛЕНАТА ИКОНОМИКА И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО
Докторант Александър Личев ……740

ПРИКЛЮЧЕНСКИЯТ ТУРИЗЪМ КАТО НЕРАЗДЕЛНА
ЧАСТ ОТ СВЕТОВНИЯ ТУРИЗЪМ
Докторант Виктория Янакиева ……..748

НЕГАТИВНИ ПРОЯВЛЕНИЯ ОТ ПРИЛОЖЕНИЕТО
НА МЕДИЦИНСКИЯ ТУРИЗЪМ
Докторант Десислава Александрова ……..754

СТРАТЕГИЧЕСКИ ПОДХОД ЗА ПРИЛАГАНЕ НА ИЗИСКВАНИЯТА
ЗА СЕРИАЛИЗАЦИЯ НА ЛЕКАРСТВЕНИ ПРОДУКТИ ОТ СТРАНА НА ООП
Докторант Димитър Райчев ……761

ВЛИЯНИЕ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19 ВЪРХУ ДЪЛГОСРОЧНИТЕ НАГЛАСИ И НАВИЦИТЕ ПРИ ПОТРЕБЯВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ

Доц. д-р Иван Марчевски[1]
Ас. д-р Криста Нейкова[2]

Резюме: *Пандемията от корона вирус (COVID-19) и наложилите се като предпазна мярка противоепидемични мерки от страна на държавата, директно и индиректно рефлектираха както върху потреблението на туристически услуги, така и върху нагласите и предпочитанията на потребителите в краткосрочен план. Очакванията за приключване на пандемията в обозримо бъдеще поставят въпроса за наличието на дългосрочни промени в нагласите, предпочитанията и навиците на потребителите на туристически услуги, които биха предполагали и промяна в предлагането им. В отговор на тези въпроси настоящото проучване цели чрез използване възможностите на линейно структурното моделиране да провери наличието на емпирични доказателства за значимо влияние на COVID-19 пандемията върху потребителското поведение в дългосрочен план и по конкретно върху нагласите, предпочитанията и навиците на българските потребители на туристическите продукти. Данните от проучването доказват наличието на подобно влияние и могат да се използват като основание за препоръчване на промяна в параметрите и начина на предлагане на туристическите продукти.*

Ключови думи: *Covid-19, туристически услуги, линейно-структурно моделиране, потребителски нагласи, потребителски предпочитания.*

JEL: M30, M31

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON LONG-TERM CONSUMER BEHAVIOR IN TOURISM

Assoc. Prof. Ivan Marchevski, PhD
Assist. Prof. Krista Neykova, PhD

Abstract: *The COVID-19 crisis has deeply affected tourism in short-term. The expectations of pandemic end in near future rise the question if there any long-term changes in the consumer behavior which would provoke changes in offering. To answer of such question a survey among Bulgarian customers of tourist services was conducted. Via structural equations modelling (PLS-SEM) we found empirical evidences that the Covid-19 pandemic has impact on customer's attitudes, habits and preferences toward tourist services.*

Key words*: Covid-19, tourist services, consumer behavior, consumer attitudes, consumer preferences,.*

JEL: M30, M31

[1] i.marchevski@uni-svishtov.bg, Стопанска академия „Димитър А. Ценов" – Свищов.

[2] k.neykova@uni-svishtov.bg, Стопанска академия „Димитър А. Ценов" – Свищов.

1. Въведение

Пандемията от Covid-19 оказа значително въздействие върху много сектори на икономиката в световен мащаб, като повлияните от нея са над 200 страни по цял свят (Anowar, Bhuiyan, Hassan, Darda, & Habib, 2020). Една от най-засегнатите индустрии от пандемичната ситуация е туризма. Наблюдава се както отмяна на планирани пътувания, ограничаване практикуването на туризъм, спад в международните пътувания, така и промени в нагласите и модела на поведение на потребителите на туристически услуги (Toubes, Vila, & Brea, 2021). Две от основните причини са: (1) **периодично налаганите ограничения за пътуване**, които възпират хората да пътуват, въпреки че биха искали и (2) **повишена тревожност, поради възприемания висок риск от разболяване с корона вирусна инфекция**. Това кара хората да променят нагласите и типичното си поведение при пътуване, вземане на решение и потребяване на туристически продукти (Bratić et al., 2021). В желание да предостави повече емпирични доказателства за наличието на нови тенденции на пазара на туристически продукти, **разработката има за цел** по емпиричен път да се тества връзката между *Covid-19 пандемията и промените в потребителското поведение – дългосрочни нагласи на потребителите, предпочитания и навици при потребяване на туристически услуги*.

2. Модел на влияние на Covid-19 пандемията върху нагласите, предпочитанията и навиците при потребяване на туристически продукти

В резултат на корона вирус пандемията в научните списания се забелязва експоненциален ръст на теоретичните публикации и емпирични изследвания, посветени на различните последици от Covid-19 върху туристическия сектор и **в частност промяната в предпочитанията, цялостната нагласа и навиците на потребителите**, както и потенциалните изменения в туристическото поведение в средносрочен и дългосрочен план. Така например, емпиричният опит на Братик и кол. (Bratić et al., 2021) предоставя доказателства, че възприеманият страх от Covid-19 директно повлиява етапа „планиране на пътуванията“ и поведението на туристите по време на ваканция. Отчитат се изменения в поведението на клиентите на туристически услуги в следните четири области: (1) избор на посещавани дестинации, (2) избор на места за настаняване, (3) извършвани туристически дейности и (4) продължителност на пътуванията в дни.

Според други, пандемията от корона вирус **рефлектира както върху търсенето на туристически услуги, така и върху начина на тяхното предлагане**. По отношение на търсенето се очертават изменения **както в моделите на потребяване** (например сключване на застраховка във връзка с пътуванията, ограничаване на пътуванията, редуциране на разходите за туризъм, намаляване на общата продължителност на пътуванията в дни или

разпределянето й в няколко, но по-кратки пътувания), **така и в психологическите аспекти** от мисловния свят на потребителите (например промяна в предпочитания вид туризъм и намеренията за покупка на туристически продукти) (Toubes et al., 2021).

Според Сантос и кол. (Santos, Madrid González, Haegeman, & Rainoldi, 2020) **туристите променят предпочитанията си** по линия на ограничаване посещението на масови туристически дестинации и преориентиране към места, предполагащи повече дейности на открито. Предпочитанията на потребителите се изместват от масов към селски туризъм и туризъм сред природата, което налага необходимостта от предоставяне на алтернативно туристическо предложение.

В друго изследване (Matiza, 2020), насочено към изучаване на влиянието на пандемията върху **възприемания риск** от страна на потребителите и **въздействието му върху потенциалното поведение на туристите в посткризисния период**, са идентифицирани три ключови последици: (1) изостряне на тревожността, (2) негативно повлияване афективните нагласи на потребителите и (3) отрицателен ефект върху намерението на туристите да пътуват както по време на пандемия, така и за в бъдеще.

Въпреки безспорния интерес в научните среди към изследване на потенциалните ефекти от Covid-19 пандемията върху туристическата индустрия, все още остават множество неуточнени въпроси и „бели петна“ относно влиянието на пандемията върху клиентите на туристически услуги, отношението им към пътуванията и модела им на потребителско поведение. Отчитайки тези факти и ръководени от желанието за предоставяне на повече доказателства за промените в потребителското поведение, на емпирично валидиране е подложен теоретичен изследователски модел на влиянието на пандемията от Covid-19 върху промяната в нагласите и навиците при потребяване на туристически продукти, представен на Фигура 1. Въз основана на очакванията за причинно-следствената връзка между конструктите в модела са изведени четири изследователски хипотези относно каузалната зависимост между включените в модела променливи.

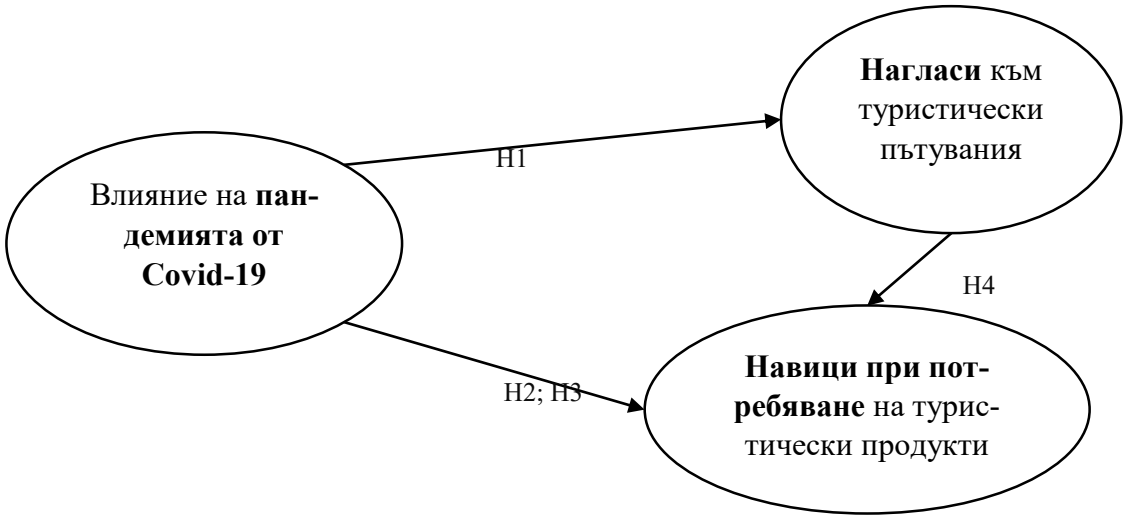
С така формулирания модел се предполага, че, от една страна, **пандемията от Covid-19**, повлиява **нагласите на потребителите** (хипотеза H1[3]) и **навиците при потребяване на туристически услуги** (H2; H3[4])**,** а от друга

[3] ***H1:*** *Влиянието, което пандемията от Covid-19 оказва върху потребителите на туристически продукти****, директно*** *позитивно повлиява промяната в техните нагласи към туристическите пътувания.*

[4] ***H2:*** *Влиянието, което пандемията от Covid-19 оказва върху потребителите на туристически продукти,* ***директно*** *позитивно повлиява промяната в техните навици при потребяване на туристически услуги.* ***H3:*** *Влиянието, което пандемията от Covid-19 оказва върху потребителите на туристически продукти,* ***индиректно*** *позитивно повлиява промяната в техните навици при потребяване на туристически услуги, посредством промяната в нагласите към туристическите пътувания.*

– промяната в нагласите към туристическите пътувания рефлектира върху **навиците при потребяване на туристически услуги** (H4[5])**.**

Променливите в теоретичния модел представляват ненаблюдаваеми (латентни) теоретични конструкции, които не се подлагат на директно оценяване и измерване, предвид което е възприет индиректен подход за тяхното измерване чрез излъчване на подходящи наблюдаваеми (индикаторни) променливи. За тази цел са разработени три мултиатрибутивни скали, операционално дефинирани чрез 23 индикатора[6], оценявани от респондентите по седемстепенна скала, където 1 е „изобщо не съм съгласен“, а 7-„напълно съм съгласен“.



Фигура. 1. Концептуален модел на връзката между Covid-19 пандемията и промяната в нагласите и навиците при потребяване на туристически продукти.

3. Тестване емпиричната валидност на модела и дискусия на резултатите

Набирането на данните за оценка на връзката между влиянието на пандемията от Covid-19, промяната в нагласите и навиците при потребяване на туристически продукти е осъществено по метода на допитването чрез администриране на въпросник[7] в онлайн платформата QuestionPro. Разпространението на въпросника е осъществено в периода юли – септември 2021 г. [8],

---

[5] ***H4:*** *Промяната в потребителските нагласи към туристическите пътувания в резултат на пандемията от Covid-19,* ***директно*** *позитивно повлияват промяната в навиците при потребяване на туристически услуги.*

[6] Пълният списък на излъчените индикаторни променливи е достъпен на следния линк: https://drive.google.com/file/d/1CZ24CZmF6J-VAUQf2tBrc9VNEVM7NhnN/view?usp=sharing.

[7] Въпросникът е достъпен на следния линк: https://drive.google.com/file/d/10ih3phyiEzJU4ghqoVmhuAtyHXhmvp9d/view?usp=sharing.

[8] Тъй като методът на набиране на данните е според отзовалите се, респ. извадката е с неслучаен характер, резултатите от проведеното проучване не могат да се генерализират извън изследваната съвкупност.

като общият брой на използваните анкетни карти е 707[9]. Проверката на емпиричната валидност на линейно структурния модел е извършена чрез вариационно базирано линейно структурно моделиране (PLS-SEM) по метода на частичните най-малки квадрати (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2013)[10] с помощта на софтуерния пакет SmartPLS 3.0. Оценката на параметрите на модела е извършена чрез прилагане на последователен PLS алгоритъм, придружен с бутстрапинг процедура.

При първоначалното тестване на модела[11], резултатите дават основание измервателните модели на латентните променливи да бъдат преспецифицирани чрез изключване на излишни индикатори[12]. След извършване на процедурата по тяхното преспецифициране, **окончателният вариант на оценения модел** придоби вида представен на Фигура 2. Резултатите от оценката на качество на измервателните модели[13] по различните критерии потвърждават надеждността и валидността на измервателните скали на трите латентни променливи, съдейки по: (1) **за измервателните модели с рефлективен характер** – стойностите на коефициентите на вътрешната съгласуваност (>0.85), композитната надеждност (>0.85), конвергентната валидност (>0.5), дискриминантна валидност (HTMT<0.9); (2) **за измерва-**

[9] Изходната база данни е достъпна от тук: https://drive.google.com/file/d/11POxsgx7yPFShntydT24ztdeQoepvOY8/view?usp=sharing.

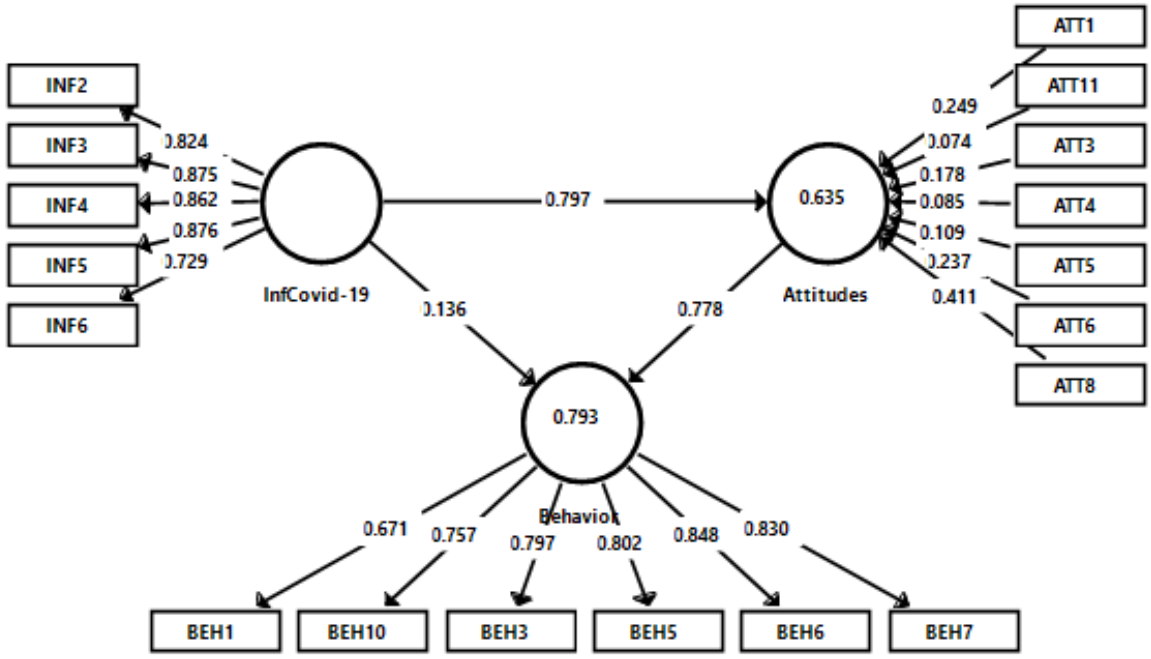
[10] Едно от ключовите основания за прилагане именно на този метод е липсата на многомерно нормално разпределение в данните от извадката. Детекцията е извършена с помощта на онлайн калкулатор, достъпен на следния линк: http://www.biosoft.hacettepe.edu.tr/MVN/. Резултатите от проверката за наличие на многомерно нормално разпределение са достъпни на следния линк: https://drive.google.com/drive/folders/1__w4qXo_VPieaTmNd1SyYMP_wCgQiAK?usp=sharing.

[11] От съображение за пестеливост, подробното представяне и анализиране на резултатите от първоначалното тестване на емпиричната валидност на модела ще бъдат спестени. Пълните резултати от анализа са достъпни на следния линк: https://drive.google.com/drive/folders/1GLzx_wGoKWAfyF8aFHTdHjHUfcteYL5x?usp=sharing.

[12] Извършването на подобна итерация е породено от: (1) засечените по-ниски стандартизирани стойности на тегловите коефициенти от праговите (<0.708) при част от индикаторите за измерване на влиянието на пандемията от Covid-19 върху потребителите на туристически продукти и промяната в навиците при потребяване на туристически услуги; (2) установена липса на конвергентна валидност (AVE) на измервателните модели; (3) анализа на приноса и равнището на значимост на външните тегла на индикаторите свидетелства, че при някои индикаторни променливи емпиричните стойности на t-теста са по-високи от критичните; (4) стойностите на вариационно-инфлационния фактор при някои индикаторните променливи надвишават критичните (VIF>3.5).

[13] Пълните резултати от приложените анализи за достъпни на следния линк: https://drive.google.com/drive/folders/1mmuG9rNWXSdPROqbxADnUIHMn7CUbFWg?usp=sharing

телния модел с формативен характер – установената конвергентна валидност[14] и статистическата значимост на външните тегла и натоварванията на индикаторите и техните оценки, и липса на мултиколинеарност. Предвид това, че всички допускания по отношение на качеството на измервателни модели са изпълнени, е пристъпено към анализ и интерпретация на резултатите от оценката на структурния (външния) модел.



Фигура.2. Оценен преспецифициран модел на връзката между влиянието на пандемията от Covid-19 върху промяната в нагласите и навиците при потребяване на туристически продукти.

InfCovid-19 – влияние на пандемията от Covid-19; Attitudes – нагласи към туристически пътувания; Behavior – навици при потребяване на туристически продукти.

Анализът на получените резултатите дава основание да бъдат направени следните по-важни **изводи** относно връзката между пандемията от Covid-19 и промените в нагласите и навиците на клиентите при потребяване на туристически продукти, потвърждаващи формулираните изследователски хипотези (H1;H2;H3;H4):

— Пандемията от Covid-19 кара потребителите на туристически продукти да се **замислят много повече за рисковете**, свързани с личното и това на техните близки здраве и безопасност при пътувания, поражда страх от разболяване от Covid-19 и/или друга инфекция и съмнения доколко при нужда ще получат адекватна медицинска помощ по време на туристически пътувания.

[14] Резултатът от теста за наличие на конвергентна валидност на конструкта „*нагласи към туристически пътувания*“ са достъпни на следния линк: https://drive.google.com/file/d/1O7nobw6fkaTemIGfLxtKhUExRxbgM4es/view?usp=sharing

— Пандемията от Covid-19 в значителна степен **директно въздейства** върху цялостната промяна в нагласите на потребителите към туристическите пътувания. В т.ч. води до промяна в:

(1) *потребителките предпочитания* – към избор на вид туризъм и места за посещаване и настаняване, предполагащи повече занимания на открито, по-малко струпване на посетители и спазване на противоепидемичните мерки на местата за хранене и настаняване.

(2) *поведенческите намерение* – по-висока склонност за сключване на застраховки във връзка с планираните пътувания.

— Пандемията от Covid-19 в малка степен **директно въздейства** върху навиците при потребяване на туристически продукти, мотивирайки потребителите да ограничат пътуванията си с цел туризъм по собствено желание, да завишат изискванията си по отношение на хигиенните условия в местата за хранене и настаняване и спазване на противоепидемичните мерки, както и да променят обичайно практикувания вид туризъм с такъв, който предполага: *прекарване на повече време на открито; контакт с по-малко хора; избор на места за посещаване, хранене и настаняване с ограничена възможност за струпване на посетители на едно и също място.*

— Пандемията от Covid-19 в значителна степен **индиректно повлиява** навиците при потребяване на туристически продукти, посредством въздействието й върху промяната в нагласите на потребителите към туристическите пътувания.

— Промяната в нагласите и предпочитанията на клиентите в значителна степен **директно повлиява** поведението и навиците на потребителите при потребяване на туристически услуги, в резултат на Covid-19 пандемията.

— В разрез с предварителните очакванията:

(1) Възприеманият страх от проваляне на туристическите пътувания, възникването на непредвидени финансови разходи и загуби, и вероятността за поставяне под карантина по време на пътуване **не окачват значимо въздействие** върху потребителите на туристически продукти.

(2) Пандемията от Covid-19 **няма значимо въздействие** върху нагласите на клиентите по отношение избора на дестинация за пътуване – в страната или в чужбина.

(3) Пандемията от Covid-19 **не води до промяна** в потребителските навици при покупка в посока засилване на предпочитанията към избор на места за настаняване, които не изискват предварително заплащане или възможност за отмяна на резервацията в последния момент.

4. Заключение

Резултатите от проведеното изследване дават основание да бъдат приети (потвърдени) формулираните изследователски хипотези и респ. да се изведе заключението, че ***пандемията от Covid-19 оказва значимо въздействие върху поведението на потребителите на туристически услуги и***

води до промяна в дългосрочните нагласи, изменения в предпочитанията и навиците при потребяване на туристически продукти. С разкриването на статистически значими причинно-следствени зависимости между изследваните променливи в теоретичния изследователски модел може да бъде потвърдена и необходимостта от изменения в параметрите на предлаганите туристически услуги от страна на предложителите, с оглед осигуряване на адекватни продуктови предложения спрямо настъпилите промени в потребителските предпочитания и потребностите на клиентите. Съответно предложителите на туристически услуги се очаква да вземат под особено внимание това, че клиентите предпочитат и избират да практикуват алтернативен вид туризъм пред масов (в сравнение с преди пандемията от Covid-19), предпочитат да контактуват с малко хора по време на туристическото си пътуване и отдават голямо значение на спазване на противоепидемичните мерки на местата за хранене и настаняване.

Използвани източници

Anowar, M., Bhuiyan, H., Hassan, S., Darda, A., & Habib, M. W. (2020). Aspects of Sustainable Tourism Development and COVID-19 Pandemic. *Preprints*, (August). Retrieved from www.preprints.org

Bratić, M., Radivojević, A., Stojiljković, N., Simović, O., Juvan, E., Lesjak, M., & Podovšovnik, E. (2021). Should I Stay or Should I Go? Tourists' COVID-19 Risk Perception and Vacation Behavior Shift. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(6).

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A PRIMER ON PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)*. AGE Publications, Inc.

Matiza, T. (2020). Post-COVID-19 crisis travel behaviour: towards mitigating the effects of perceived risk. *Journal of Tourism Futures*, *2012*(April).

Santos, M., Madrid González, A., Haegeman, C., & Rainoldi, K. (2020). *Behavioural changes in tourism in times of COVID-19 Employment scenarios and policy options*.

Toubes, D. R., Vila, N. A., & Fraiz Brea, J. A. (2021). Changes in consumption patterns and tourist promotion after the covid-19 pandemic. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, *16*(5), 1332–1352.