СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ

„Димитър А. Ценов" - Свищов

KreativEU
Knowledge & Creativity European University

Международна научно-практическа конференция

90 години дарителство, знание, иновации и устойчиво развитие в СА „Д. А. Ценов" – Свищов

Том III



5-7 ноември 2026 г.

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

90 ГОДИНИ ДАРИТЕЛСТВО, ЗНАНИЕ, ИНОВАЦИИ И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ В СА „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

Свищов, 5-7 ноември 2026 г.

Посветена на 90 години от създаването на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“

Сборник с доклади

ТОМ III

Международната научно-практическа конференция е организирана при изпълнение на Административен договор № КП-06-МНФ/23 от 18.08.2026 г. (BNSF-1.010-0023-C01) на Фонд „Научни изследвания“ при МОН по Процедура за подкрепа на международни научни форуми, провеждани в Република България

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2026

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ
Доц. д-р Марин Маринов
Ректор на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – председател
Проф. д-р Красимир Шишманов
Проф. д. н. Божидар Божинов
Проф. д-р Любчо Варамезов
Доц. д-р Маргарита Шопова
Доц. д-р Ваня Григорова
Доц. д-р Румен Ерусалимов
Доц. д-р Пламен Йорданов
Доц. д-р Драгомир Илиев
Доц. д-р Иван Марчевски
Доц. д-р Ирена Емилова
Доц. д-р Сергей Найденов
Доц. д-р Катя Личева
Проф. д-р Пенка Шишманова
Доц. д-р Елена Йорданова
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Пепа Стойкова
Доц. д-р Михаил Чиприянов
Доц. д-р Любка Илиева
Доц. д-р Теодора Филипова
Ст. преп. Елка Узунова
Ст. преп. д-р Радослав Николов

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ
Доц. д-р Здравко Любенов – *председател*
Проф. д-р Светослав Илийчовски
Проф. д-р Атанас Атанасов
Доц. д-р Галина Чиприянова
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Красимира Славева
Гл. ас. д-р Асен Божиков
Ст. преп. д-р Венцислав Диков

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ
Проф. д-р Атанас Атанасов – *председател*
Проф. д-р Светослав Илийчовски
Проф. д-р Красимир Шишманов
Доц. д-р Искра Пантелеева
Доц. д-р Танер Исмаилов
Доц. д-р Здравко Любенов
Доц. д-р Галя Иванова-Кузманова
Доц. д-р Ирена Емилова
Доц. д-р Христо Сирашки
Доц. д-р Елена Йорданова
Доц. д-р Любка Илиева
Доц. д-р Валентин Милинов
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Венцислав Василев
Доц. д-р Зорница Петкова

Публикуваните материали са рецензирани по метода на двойно сляпо рецензиране. Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете. Фонд „Научни изследвания“ не носи отговорност за съдържанието на докладите, представени на научния форум, както и за съдържанието на рекламните и други материали за него.

ISBN 978-954-23-2690-8 (print)
ISBN 978-954-23-2691-5 (online)

D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS – SVISHTOV

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

90 YEARS OF CHARITY, KNOWLEDGE, INNOVATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS - SVISHTOV

Svishtov, 5th - 7th November 2026

Dedicated to the 90th anniversary since the establishment of D. A. Tsenov Academy of Economics

Conference Proceedings

VOLUME III

The International Scientific and Practical Conference was organized in the implementation of Administrative Contract № КП-06-МНФ/23 of August 18, 2026 (BNSF-1.010-0023-C01), awarded by the Bulgarian National Science Fund at the Ministry of Education and Science under the Procedure for Support of International Scientific Forums Held in the Republic of Bulgaria

Tsenov Academic Publishing House
Svishtov
2026

PROGRAM COMMITTEE
Assoc. Prof. Marin Marinov, PhD
Rector of D. A. Tsenov Academy of Economics
Prof. Krasimir Shishmanov, PhD
Prof. Bozhidar Bozhinov, PhD
Prof. Lyubcho Varamezov, PhD
Assoc. Prof. Margarita Shopova, PhD
Assoc. Prof. Vanya Grigorova, PhD
Assoc. Prof. Rumen Jerusalemov, PhD
Assoc. Prof. Plamen Yordanov, PhD
Assoc. Prof. Dragomir Iliev, PhD
Assoc. Prof. Ivan Marchevski, PhD
Assoc. Prof. Irena Emilova, PhD
Assoc. Prof. Sergey Naydenov, PhD
Assoc. Prof. Katya Licheva, PhD
Prof. Penka Shishmanova, PhD
Assoc. Prof. Elena Yordanova, PhD
Assoc. Prof. Plamen Petkov, PhD
Assoc. Prof. Pepa Stoykova, PhD
Assoc. Prof. Mihail Chipriyanov, PhD
Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD
Assoc. Prof. Teodora Filipova, PhD
Senior Lecturer Elka Uzunova
Senior Lecturer Radoslav Nikolov, PhD

ORGANIZING COMMITTEE
Assoc. Prof. Zdravko Lyubenov. PhD, Chairman
Prof. Svetoslav Iliychovski, PhD
Prof. Atanas Atanasov, PhD
Assoc. Prof. Galina Chipriyanova, PhD
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, PhD
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, PhD
Ch. Assist. Prof. Asen Bozhikov, PhD
Sen. Lect. Ventsislav Dikov

EDITORIAL BOARD
Prof. Atanas Atanasov, PhD – Chair
Prof. Svetoslav Iliychovski, PhD
Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, PhD
Prof. Krasimir Shishmanov, PhD
Assoc. Prof. Taner Ismailov, PhD
Assoc. Prof. Zdravko Lyubenov, PhD
Assoc. Prof. Galya Ivanova-Kuzmanova, PhD
Assoc. Prof. Irena Emilova, PhD
Assoc. Prof. Hristo Sirashki, PhD
Assoc. Prof. Elena Yordanova, PhD
Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD
Assoc. Prof. Valentin Milinov, PhD
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, PhD
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, PhD
Assoc. Prof. Ventsislav Vasilev, PhD
Assoc. Prof. Zornitsa Petkova, PhD

The published materials have been peer-reviewed using the double-blind review method. The authors are solely responsible for the content of the materials, the opinions expressed, the data used, the cited sources, and the linguistic formatting of the texts. The Bulgarian National Science Fund bears no responsibility for the content of the papers presented at the scientific forum, nor for the content of its promotional or other materials.

ISBN 978-954-23-2690-8 (print)
ISBN 978-954-23-2691-5 (online)

СЪДЪРЖАНИЕ

ТОМ III
ОТРАСЛИ НА ИКОНОМИКАТА

THE FRANCHISE BUSINESS MODEL IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL BUSINESS: OPPORTUNITIES AND LEGAL PERSPECTIVES
Prof. Dr. Emilija Gjorgjioska, PhD, Prof. Dr. Tatjana Spaseska, PhD, Prof. Dr. Aneta Risteska-Jankuloska, PhD, Prof. Dr. Dragica Odzaklieska, PhD 9

ЧОВЕШКИЯТ КАПИТАЛ КАТО ФАКТОР ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ УСПЕХ – ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ СРЕД МЛАДИ БЪЛГАРСКИ ПРЕДПРИЕМАЧИ
Проф. д-р Любчо Варамезов, докторант Любомир Николов..... 19

ПОТЕНЦИАЛ ЗА РАЗВИТИЕ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ СХЕМИ ЗА КАЧЕСТВО ПРИ СЕЛСКОСТОПАНСКИТЕ ПРОДУКТИ И ХРАНИ В БЪЛГАРИЯ
Проф. д-р Марина Николова..... 27

ПРИЛАГАНЕ НА КЛЪСТЕРЕН АНАЛИЗ ПРИ МОНИТОРИНГ НА ДЕБИТОРСКАТА ЗАДЛЪЖНЯЛОСТ
Проф. д-р Светослав Илийчовски..... 37

ФОЛКЛОРНИЯТ ТУРИЗЪМ КАТО РЕСУРС ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ: СТРАТЕГИЧЕСКИ ПОДХОД
Проф. д-р Теодора Димитрова, д-р Захарина Томова 47

ОЦЕНКА НА ЧУВСТВИТЕЛНОСТТА НА ВЪТРЕШНОТО ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ОСНОВНИ ХРАНИТЕЛНИ ПРОДУКТИ В КОНТЕКСТА НА ХРАНИТЕЛНАТА СИГУРНОСТ НА БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Ангел Саров, Гл. ас. д-р Михаела Михайлова, гл. ас. д-р Даниела Цвяткова, гс. д-р Боряна Козарева, ас. Диляна Бояджиева 54

ПРЕКИТЕ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ НА БАЛКАНИТЕ – ХРОНОЛОГИЯ И ВЪЗМОЖНОСТИ
Доц. д-р Добрин Ганчев, доц. д-р Сергей Найденов 62

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА УПРАВЛЕНСКИЯ ПРОЦЕС В СЪВРЕМЕННИТЕ ЗЕМЕДЕЛСКИ СТОПАНСТВА
Доц. д-р Елена Йорданова, гл. ас. д-р Георги Ангелов, гл. ас. д-р Цветан Марков..... 73

ПОДКРЕПА НА ИНИЦИАТИВИ ЗА УСТОЙЧИВОСТ - ВОДЯТ ЛИ ПОЛОЖИТЕЛНИТЕ НАГЛАСИ ДО ГОТОВНОСТ ЗА ПОЕМАНЕ НА РАЗХОДИ?
Доц. д-р Емил Николов 78

ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА БИЗНЕСА – ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ КОНТЕКСТ
Доц. д-р Искра Пантелеева, проф. д-р Беата Сковрон-Миелник, гл. ас. д-р Себастиан Наройчик..... 88

ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ И ИЗКУСТВЕНИЯТ ИНТЕЛЕКТ КАТО ДВИГАТЕЛИ НА НОВИТЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМА
Доц. д-р Любка Илиева, проф. д.ик.н. Марина Алексеевна Измайлова 97

ИНОВАЦИОННИ ПОДХОДИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРОПЕРАТОРСКАТА ДЕЙНОСТ
Доц. д-р Любомира Тодорова 105

СЕМЕЙНИЯТ БИЗНЕС В БЪЛГАРИЯ КАТО МОДЕЛ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ
Доц. д-р Петранка Мидова 112

ПРИНОС НА ИКОНОМИКАТА НА СПОДЕЛЯНЕТО ЗА ПОСТИГАНЕ НА ЦЕЛИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Петя Иванова..... 119

ИЗСЛЕДВАНЕ ПРИЛОЖЕНИЕТО НА АНАЛИЗА НА ГОЛЕМИ ДАННИ В ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ РИТЕЙЛ СЕКТОРА: ПРИМЕРИ ОТ ЕВРОПЕЙСКИ СТРАНИ
Доц. д-р Симеонка Петрова..... 127

THE ROLE OF DIGITAL ECOSYSTEMS IN ACCELERATING ENTREPRENEURIAL CAPACITY IN EMERGING ECONOMIES
Assoc. Prof., PhD Tatiana Bucos..... 137

ТУРИЗЪМ В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛНА ИКОНОМИЧЕСКА И ГЕОПОЛИТИЧЕСКА КРИЗА
Доц. д-р Тихомир Личев..... 145

СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА – ХАРАКТЕРИСТИКИ, ЦЕЛИ, ОБХВАТ
Гл. ас. д-р Ваня Ганева..... 151

ДИСПРОПОРЦИИ В ДИГИТАЛНОТО РАЗВИТИЕ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ
Гл. ас. д-р Зоя Иванова, гл. ас. д-р Иван Маринов..... 158

СЪТРУДНИЧЕСТВОТО И ИНДУСТРИАЛНИТЕ ЕКОСИСТЕМИ КАТО ДВИГАТЕЛИ ЗА ИНОВАЦИИ И РАЗВИТИЕ НА МАЛКИ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Гл. ас. д-р Ивайло Костов 166

THE INTRODUCTION OF THE EURO AND THE FUTURE OF RETAIL TRADE IN BULGARIA: ATTITUDES AND PROSPECTS
Head Assist. Prof. PhD, Ivan Marinov 173

СЪВРЕМЕННИ АГРОБИЗНЕС РЕШЕНИЯ В КОНТЕКСТА НА КРЪГОВАТА ИКОНОМИКА
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева..... 181

ДИГИТАЛНО ПРЕПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ: ИНОВАЦИИ, МАРКЕТИНГ И ИКОНОМИЧЕСКИ ЕФЕКТИ
Гл. ас. д-р Кристина Шопова, д-р Юлия Проценко 188

СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ОКОЛНАТА СРЕДА НА ГРИФИД ХОТЕЛИ
Гл. ас. д-р Павлин Павлов 196

ТЪРГОВСКИ КОМУНИКАЦИИ И ИЗПОЛЗВАНЕТО ИМ ОТ СЪВРЕМЕННИ ЗЕМЕДЕЛСКИ ФИРМИ
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева 204

ДОВЕРИЕТО В СПОДЕЛЯНЕТО НА ЗНАНИЯ
Гл. ас. д-р Явор Станев 208

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО В КОНТЕКСТА НА НАГЛАСИТЕ В БЪЛГАРСКОТО ОБЩЕСТВО И БИЗНЕС
Ас. д-р Александър Личев 217

ТЕНДЕНЦИИ ПРИ РЕГИСТРАЦИЯТА НА ДРУЖЕСТВА С ПРОМЕНЛИВ КАПИТАЛ В БЪЛГАРИЯ
Ас. д-р Елена Вълчева 225

ТЪРГОВСКИТЕ ФИРМИ В СВИЩОВ В ПЕРИОДА ОТ ОСВОБОЖДЕНИЕТО ДО ВОЙНИТЕ (1912-1918 Г.) – ОБЩ ПРЕГЛЕД
Преп. д-р Емилия Вачева 232

СПЕЦИФИКИ ПРИ „МОДУЛИРАНЕ“ НА ПРАВООТНОШЕНИЯТА В АДМИНИСТРАТИВНОНАКАЗАТЕЛНОТО ПРОИЗВОДСТВО В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ“ /ОБЗОР НА ПОРОЧНАТА САНКЦИОННА ПРАКТИКА
Преп. Игнат Папазов 240

ОБОГАТЯВАНЕТО НА ДЛЪЖНОСТТА – СТРАТЕГИЯ ЗА МОТИВАЦИЯ И ПРЕДПОСТАВКА ЗА ФОРМИРАНЕ НА НЕФОРМАЛНИ ИНОВАЦИОННИ МРЕЖИ
Докторант Анелия Станева 246

РЕТРОСПЕКТИВЕН АНАЛИЗ В РАЗВИТИЕТО НА ПОДХОДА ЛИДЕР КЪМ ВОМР
Докторант Аделина Ангелова 253

ПОТЕНЦИАЛ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ГОЛФ ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ
Докторант Ангел Ангелов 263

ТЕРИТОРИАЛНО РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ЗАЕТОСТТА И РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ В БАЛНЕО, СПА И УЕЛНЕС ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ
Докторант Антоанета Христова, ас. д-р Бартош Марчинковски 270

ДИСБАЛАНСИ И ПАЗАРНИ ДЕФОРМАЦИИ НА ПОЗЕМЛЕНИТЕ ОТНОШЕНИЯ В БЪЛГАРИЯ
Докторант Атанас Атанасов 278

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ ПОТЕНЦИАЛА НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В СЪВРЕМЕННИТЕ ЗЕМЕДЕЛСКИ СТОПАНСТВА В КОНТЕКСТА НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ
Докторант Боримил Шопов 285

КЛИМАТОЛЕЧЕНИЕТО КАТО СПЕЦИАЛИЗИРАНА ФОРМА НА ЗДРАВНИЯ ТУРИЗЪМ: ТЕОРЕТИЧЕН АНАЛИЗ И КОНЦЕПТУАЛНО ПОЗИЦИОНИРАНЕ
Докторант Ваня Стоева-Андонова..... 290

ОТ ЛИНЕЙНИЯ КЪМ КРЪГОВИЯ МОДЕЛ: КОНЦЕПТУАЛНИ ОСНОВИ И СЕКТОРНИ ПРОЯВЛЕНИЯ В ТУРИЗМА
Докторант Виктория Георгиева Джамбазка..... 297

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ – ОСНОВНИ НАПРАВЛЕНИЯ И ЦЕЛЕВИ ОРИЕНТИРИ
Докторант Деница Гъркова 306

ЗАЩО ESG НЕ РАБОТИ (И КАК ДА ГО НАПРАВИМ ДА РАБОТИ): КРИТИЧЕН АНАЛИЗ НА ESG ПРАКТИКИТЕ В МСП
Докторант Десислава Белева-Димитрова 313

МЕСТНОТО САМОУПРАВЛЕНИЕ КАТО ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ
Докторант Ива Пламенова Панайотова..... 324

ТЕХНОЛОГИЧНИТЕ ИНОВАЦИИ КАТО ФАКТОР ЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ
Докторант Калин Борисов..... 332

ФИНАНСИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ ЧРЕЗ НПВУ И ЕВРОПЕЙСКИТЕ ФОНДОВЕ
Докторант Мария Иванова Павлова-Кондрова..... 340

ЗАПЛАХИ ЗА КОРПОРАТИВНАТА СИГУРНОСТ ПРЕД ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС
Докторант Ралица Йовчева..... 349

ДИГИТАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ КАТО ФАКТОР ЗА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
Докторант Теодора Попова 357

РАЗВИТИЕ НА ИНДУСТРИЯТА В БЪЛГАРИЯ – РЕТРОСПЕКТИВЕН АНАЛИЗ
Докторант Тихомир Георгиев..... 367

РОЛЯТА НА КЕТЪРИНГ ОБСЛУЖВАНЕТО КАТО ФАКТОР ЗА ПОВИШАВАНЕ АТРАКТИВНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ СЪБИТИЯ
Докторант Цветелина Петрова..... 375

СЪВРЕМЕННИ МЕТОДИЧЕСКИ ПОДХОДИ ПРИ РЕАЛИЗИРАНЕ НА УЧЕНИЧЕСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПЪТУВАНИЯ
Докторант Цветелина Телбис 382

ИНТЕГРИРАНЕ НА КРЪГОВИ БИЗНЕС МОДЕЛИ В ПРЕДПРИЯТИЯТА КАТО ОСНОВА ЗА ПРЕХОД КЪМ ИНДУСТРИЯ 5.0
Докторант Захари Пенев..... 390

ESG PERFORMANCE AND MARKET VALUATION IN CHINA'S INDUSTRIAL SECTOR: THE MODERATING ROLE OF IDIOSYNCRATIC RISK
PhD student Yan Fu 398

R&D CAPITAL INTENSITY AND FIRM VALUE IN CHINA'S INDUSTRIAL SECTOR: EVIDENCE FROM OWNERSHIP HETEROGENEITY
PhD student Xinyue Du 412

UNMANNEDSTORES–НОВАТА КОНЦЕПЦИЯ В СВЕТОВНАТА ТЪРГОВСКА ПРАКТИКА
Студент Аница Декова 425

ОТРАСЛОВА СТРУКТУРА НА ИКОНОМИКАТА И НЕЙНОТО ЗНАЧЕНИЕ ЗА ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ
Студент Борислава Горецова 431

ВЛИЯНИЕТО НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ВЪРХУ УПРАВЛЕНСКИТЕ РЕШЕНИЯ В МАЛКИЯ БИЗНЕС
Студент Даяна Пламенова Лучева 441

ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО

ELENA DALLES AND PHILANTHROPY IN BELLE ÉPOQUE: HERITAGE, SOCIAL IMPACT AND CULTURAL LEGACY
Prof. Dr. Hab. Silviu Miloiu 455

РЕСУРСНИ И ОРГАНИЗАЦИОННИ ПРЕДПОСТАВКИ ЗА ВНЕДРЯВАНЕ НА ИИ-БАЗИРАНИ СИСТЕМИ В БЪЛГАРСКИТЕ ЧИТАЛИЩА
Доц. д-р Александрина Александрова, гл. ас. д-р Атанаска Решеткова, гл. ас. д-р Евгени Овчинников 487

ОТВЪД РЕКА ДУНАВ: НЕВИДИМИЯТ ИКОНОМИЧЕСКИ, ИНТЕЛЕКТУАЛЕН И КУЛТУРЕН МОСТ МЕЖДУ СВИЩОВ И БУКУРЕЩ ПРЕЗ ВЕКОВЕТЕ
Доц. д-р Александър Ганчев 495

КУЛТУРНОТО И ПРИРОДНОТО НАСЛЕДСТВО КАТО ОБЕКТ НА УСТОЙЧИВАТА ОТЧЕТНОСТ
Доц. д-р Галина Чиприянова, студент Emanuel Proenca Gomes, студент Rodrigo Miguel Gomes Rodrigues, студент Lara Alexandra De Paiva Tome, студент Miguel Angelo Bretes Pereira Carolo студент Santiago Pimenta Fernandes, студент Faisal S. A. Abulhatal 502

ПАРАДОКСИТЕ НА ЕДИН ТУРИСТИЧЕСКИ ОБЕКТ: РЕСТОРАНТ И БАР-ВАРИЕТЕ „ЦИГАНСКИ ТАБОР“ МЕЖДУ ЕТНИЧЕСКАТА КУЛТУРА И КОМЕРСИАЛНАТА ЕКЗОТИЗАЦИЯ
Доц. д-р Йелис Еролова, гл. ас. д-р Бехрин Шопова 509

РАЗВИТИЕ НА СТОПАНСКАТА ЕТИКА В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Катя Личева 517

REMARKABLE, VETERAN AND MONUMENTAL TREES AS HERITAGE: RECOGNITION AND THE GOVERNANCE OF CARE IN SELECTED EUROPEAN JURISDICTIONS
Assoc. Prof. Lucia Nováková, PhD, Prof. Dr. Hab. Silviu Miloiu 522

ИНСТИТУЦИОНАЛНИЯТ МОДЕЛ НА СТОПАНСКАТА АКАДЕМИЯ „ДИМИТЪР А. ЦЕНОВ“ ЗА КАЧЕСТВО И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ – 90 ГОДИНИ ЛИДЕРСТВО В ИКОНОМИЧЕСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ НА СТРАНАТА
Доц. д-р Росица Колева 540

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ВНЕДРЯВАНЕТО НА ИНОВАЦИИ В КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ
Гл. ас. д-р Милен Атанасов, ас. д-р Йоана Константинова..... 550

THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE EDUCATION SYSTEM
Senior Instructor PhD in Economic Sciences Fuad Jabbarov Zeydulla Oglu 558

POTENTIAL OF INTERNATIONAL LEGAL FRAMEWORKS PROTECTING INTRINSIC VALUES IN CULTURAL HERITAGE
Assistant Professor PhD Said Edaich 567

MANAGEMENT OF CULTURAL-RELIGIOUS HERITAGE: HISTORICAL, SPIRITUAL, AND INTERNATIONAL DIMENSIONS OF FÁTIMA AND CZĘSTOCHOWA
Katarzyna Łukaniszyn-Domaszewska, PhD, Katarzyna Mazur-Włodarczyk, PhD, Elżbieta Karaśq, PhD..... 576

INDUSTRY-ORIENTED CHINESE CRAFTS: AN EXPECTATIONS PERSPECTIVE
Katarzyna Mazur-Włodarczyk, PhD, Katarzyna Łukaniszyn-Domaszewska, PhD 588

WOMEN DONATIONS TO SWEDISH RELIGIOUS INSTITUTIONS
PhD student Ciocoiu Elena-Adriana 599

РОЛЯТА НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ЗА ОПАЗВАНЕТО НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО
Студент Димитрийка Атанасова Чакова 606

КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО КАТО РЕСУРС ЗА МЕСТНОТО ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ В МАЛКИТЕ ГРАДОВЕ
Студент Николина Кирякова 615

ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ И ИЗКУСТВЕНИЯТ ИНТЕЛЕКТ КАТО ДВИГАТЕЛИ НА НОВИТЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМА

Доц. д-р Любка Илиева[1]
Проф. д.ик.н. Марина Алексеевна Измайлова[2]

Резюме: *Докладът анализира ролята на дигиталната трансформация и изкуствения интелект за развитието на туризма. Чрез литературен обзор и данни на Eurostat се оценява позицията на България спрямо ЕС. Откроени са основните приложения, рискове и стратегически приоритети за отговорно внедряване на AI в туристическия сектор.*

Ключови думи: *дигитална трансформация, изкуствен интелект, туризъм, туристически предприятия, интелигентни дестинации*

JEL: L83, O33, Z32

DIGITAL TRANSFORMATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS DRIVERS OF EMERGING TOURISM TRENDS

Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD
Prof. Marina A. Izmailova, D.Sc.

Abstract: *The paper examines the role of digital transformation and artificial intelligence in tourism development. Drawing on a literature review and Eurostat data, it assesses Bulgaria's position relative to the EU. It identifies the main applications, risks and strategic priorities for the responsible adoption of AI in the tourism sector.*

Key words*: digital transformation, artificial intelligence, tourism, tourism enterprises, smart destinations*

JEL: L83, O33, Z32

Въведение

[1] l.ilieva@uni-svishtov.bg, СА „Д. А. Ценов“
[2] m.a.izmailova@mail.ru, Финансов университет към Правителството на Руската федерация, Русия

Туризмът се развива в среда, в която цифровите технологии вече не изпълняват само спомагателна функция, а преобразуват начина, по който туристическият продукт се създава, предлага, избира и потребява. Онлайн платформите, мобилните приложения, облачните услуги, големите масиви от данни и алгоритмичните системи свързват туристите, предприятията и дестинациите в обща дигитална екосистема (Ilieva et al., 2024). Следващият етап на тази трансформация е свързан с ускореното навлизане на изкуствения интелект (AI), включително генеративни модели, препоръчващи системи, виртуални асистенти, динамично ценообразуване и инструменти за прогнозиране на търсенето.

Актуалността на изследваната проблематика се потвърждава от темата на Световния ден на туризма през 2026 г. – „Дигитален дневен ред и изкуствен интелект за преосмисляне на туризма“. Поставеният от UN Tourism акцент насочва вниманието не само към технологичното обновяване, но и към възможностите на цифровите решения да подобрят туристическото преживяване, производителността, достъпността и устойчивостта на туристическата система (UN Tourism, 2026). В този контекст изкуственият интелект следва да се разглежда едновременно като инструмент за повишаване на конкурентоспособността и като обект на отговорно управление.

Целта на доклада е да се анализират основните направления, в които дигиталната трансформация и изкуственият интелект формират новите тенденции в туризма, и да се оцени дигиталната готовност на България в европейски контекст. За постигането на целта се прилагат анализ и синтез на специализираната литература, сравнителен анализ и вторичен анализ на статистически данни на Eurostat. Емпиричната основа включва последните налични данни за 2025 г. относно използването на социални медии, облачни услуги, анализ на данни и изкуствен интелект от предприятията, както и показатели за краткосрочното настаняване чрез онлайн платформи, съпоставени с равнищата през 2019 и 2024 г. Анализът обхваща основните приложения и рискове на изкуствения интелект и извежда стратегически приоритети за развитието на туризма в България. Ограничение на изследването е, че общите показатели за дигитализация на предприятията не измерват пряко състоянието на всички туристически дейности, но осигуряват надежден контекст за оценяване на технологичната готовност на националната бизнес среда.

1. Дигитална трансформация и технологична готовност на туристическия сектор

Дигитализацията представлява превръщане на отделни процеси и информационни потоци в цифров формат, докато дигиталната трансформация е по-широка организационна и пазарна промяна. Тя засяга стратегията, ресурсите, компетентностите, отношенията с клиентите и начина, по който

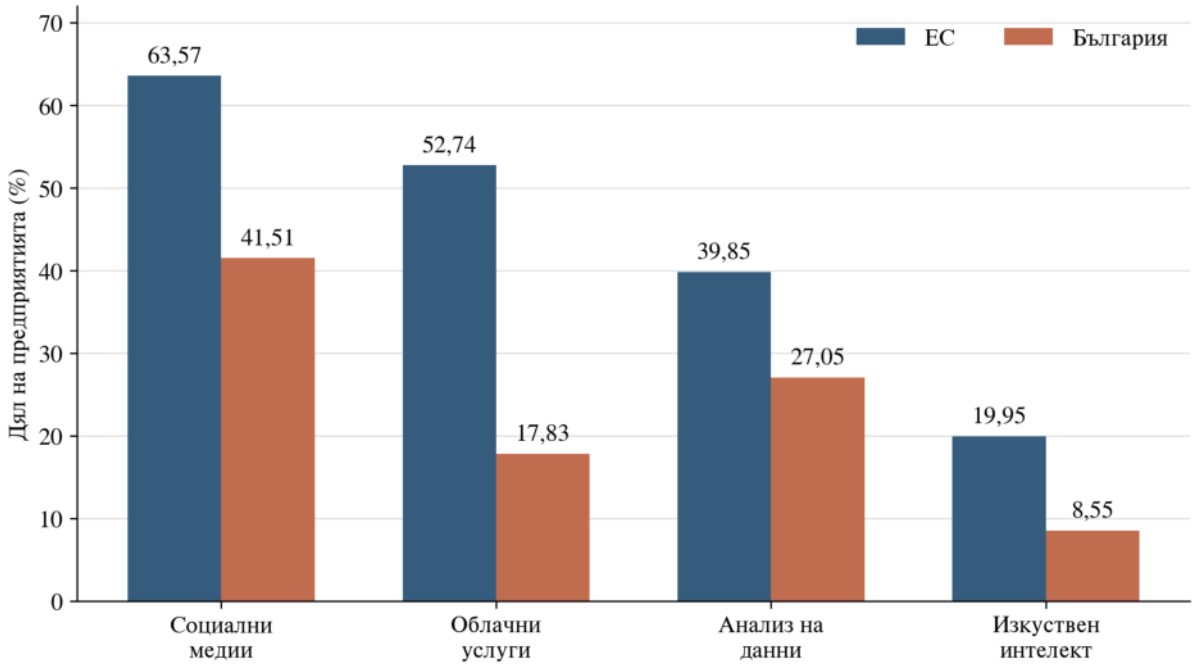
се създава стойност. В туризма тази промяна се развива особено бързо поради информационната интензивност на продукта: преди пътуването потребителят купува обещание за бъдещо преживяване и разчита на цифрова информация, оценки, изображения, карти и препоръки.

Още преди настоящия подем на AI информационните и комуникационните технологии преструктурират туристическото посредничество и разпределението на пазарната сила. Buhalis и Law (2008) показват, че интернет променя взаимодействието между доставчици, посредници и потребители, като едновременно създава възможности за директни продажби и условия за появата на нови цифрови посредници. Впоследствие концепцията за интелигентния туризъм обединява физическата инфраструктура, данните, мобилността и човешкото преживяване в свързана система (Gretzel et al., 2015). Дестинацията вече не е само територия и съвкупност от ресурси, а среда за непрекъснат обмен на данни и координация между множество участници.

В европейски контекст цифровият и зеленият преход се утвърждават като взаимосвързани направления за повишаване на устойчивостта и конкурентоспособността на туризма. Тяхното осъществяване изисква развитие на цифровите умения, по-широко използване на данни и достъп до подходящи технологични решения. Това е особено важно за микро- и малките туристически предприятия, чиито ограничени финансови, човешки и технологични ресурси затрудняват самостоятелното внедряване на иновации.

Статистическите данни показват, че дигиталната среда в ЕС продължава да се разширява, но различията между държавите и между предприятията според размера им остават значителни (фиг. 1). През 2025 г. 63,57% от предприятията в ЕС използват социални медии, 52,74% закупуват облачни услуги, 39,85% извършват анализ на данни, а 19,95% използват поне една технология с изкуствен интелект.

В България социални медии използват 41,51% от предприятията, а делът на ползващите платени облачни услуги е 17,83% – най-ниското равнище сред посочените в сравнението на Eurostat. Анализ на данни със собствен или външен капацитет извършват 27,05% от българските предприятия при 39,85% средно за ЕС (Eurostat, 2026a). Това очертава инфраструктурна и управленска дистанция, която може да ограничи възможността на туристическите предприятия да преминат от базово онлайн присъствие към интегрирано управление на данни.



Фигура. 1. Дигитална готовност на предприятията в България спрямо ЕС, 2025 г. (%)

Източник: Eurostat, 2026

2. Основни тенденции в създаването на туристическа стойност чрез изкуствен интелект

Изкуственият интелект разширява възможностите на дигиталната трансформация, защото позволява на системите да разпознават закономерности, да генерират съдържание, да прогнозират и да подпомагат решения в реално време. В услугите неговата роля може да бъде разгледана като последователно надграждане на механични, аналитични, интуитивни и комуникационни задачи (Huang & Rust, 2018). В туризма това означава, че технологията може да автоматизира както рутинни операции, така и части от процеса на персонализиране и комуникация с госта.

Първата отчетлива тенденция е ***преминаването от масова сегментация към персонализация в реално време***. Препоръчващите системи комбинират история на търсенията, предишни покупки, местоположение, бюджет и контекст, за да предложат маршрут, настаняване или допълнителна услуга. Генеративният AI ускорява създаването на индивидуални програми и многоезична комуникация. За туристическите предприятия това съкращава времето за обслужване, но увеличава значението на качеството на данните и на човешката проверка, тъй като убедително формулираният отговор може да съдържа неточности.

Втората тенденция е ***автоматизирането на обслужването***. Чатботове и виртуални асистенти поемат запитвания преди, по време и след пътуването, а системи за превод намаляват езиковите бариери. В хоте-

лиерството AI може да подпомага управлението на резервациите, разпределянето на стаите, планирането на персонала и прогнозната поддръжка. В туроператорската и агентската дейност той ускорява сравнението на алтернативи и подготовката на оферти. Стойността не произтича от пълното отстраняване на човека, а от правилното разпределение на задачите: алгоритъмът обработва голям обем информация, а служителят поема емпатията, преговорите, нестандартните случаи и отговорността за крайното решение.

Третата тенденция е ***управлението, основано на данни***. Прогнозните модели подпомагат оценката на търсенето, динамичното ценообразуване и оптимизирането на капацитета. На равнище дестинация могат да се комбинират данни за резервации, мобилност, натоварване на обекти и потребителски оценки, за да се разпределят посетителските потоци и да се намали натискът върху чувствителни места. Така цифровизацията може да подкрепи устойчивостта, но само ако показателите включват не единствено броя на посещенията и приходите, а и ефектите върху местните общности, ресурсите и качеството на живот.

Четвъртата тенденция е ***разрастването на платформените бизнес модели***. По данни на Eurostat през 2025 г. чрез Airbnb, Booking и Expedia са реализирани 951,6 млн. гост-нощувки в краткосрочно настаняване в ЕС и държавите от ЕАСТ, което е увеличение с 11,4% спрямо 2024 г. и значително над 512 млн. през 2019 г. Международните гости формират 62,2% от обема, а една трета от всички гост-нощувки се концентрира само през юли и август (Eurostat, 2026b). Използването на онлайн-платформите разширява пазарния достъп на малките доставчици, но усилва зависимостта от алгоритмичното позициониране, рейтингите и правилата на глобалните посредници.

Накрая, AI ***ускорява появата на „хибридно“ туристическо преживяване***, в което физическото посещение се допълва от цифрови слоеве. Разширена реалност, автоматичен превод, интерактивни интерпретации на наследството и адаптивни маршрути могат да направят продукта по-достъпен и ангажиращ. Технологията обаче не трябва да подменя автентичността и междуличностния контакт. Тя има най-висока стойност, когато улеснява достъпа до местната култура и освобождава време за пълноценно общуване и персонализирано обслужване на гостите.

3. Рискове и стратегически приоритети за отговорно внедряване на изкуствения интелект в туризма

Бързото навлизане на AI поражда рискове, които са особено чувствителни в туризма. Първият е свързан със *защитата на личните данни*. Персонализирането често използва подробна информация за предпочитания, местоположение, данни за извършените плащания и състав на пътуващата група. Натрупването на такива данни увеличава стойността на услугата, но и последиците от неправомерна употреба или пробив в сигурността.

Вторият риск е *алгоритмичната непрозрачност*. Подреждането на офертите, динамичните цени и автоматичните препоръки могат да повлияят върху избора на туриста, без критериите да са достатъчно ясни. Ако обучаващите данни съдържат отклонения, системата може да възпроизведе дискриминационни модели или да постави малки доставчици в неблагоприятно положение. Европейският регламент за изкуствения интелект въвежда подход, основан на риска, и изисквания за прозрачност при определени приложения, което създава обща рамка за по-надеждно използване на технологията (European Parliament & Council of the European Union, 2024).

Третият риск засяга *достоверността на съдържанието*. Генеративните системи могат да създават убедителни, но неверни описания на обекти, несъществуващи услуги или неправилни условия за достъп. В туризма подобна грешка има непосредствени последици за сигурността и удовлетвореността на клиента. Поради това предприятията трябва да поддържат проверени бази знания, ясно да обозначават автоматизираната комуникация и да осигуряват лесен достъп до човешки служител.

Четвъртото предизвикателство е *неравномерното разпределение на ползите*. Данните на Eurostat за 2025 г. показват, че AI се използва от 17% от малките, 30,36% от средните и 55,03% от големите предприятия в ЕС. Минимум една технология с AI използват 19,95% от предприятията в ЕС, но само 8,55% в България. Сред предприятията за настаняване, които вече прилагат AI, най-често посочената цел е маркетингът и продажбите – 58,82% (Eurostat, 2026c). Разликите отразяват финансови ограничения, недостиг на компетентности и по-труден достъп до качествени данни при малките организации. Тъй като европейският и българският туризъм са доминирани от МСП, липсата на целенасочена подкрепа може да задълбочи технологичното разделение.

Отговорното внедряване изисква управленска рамка, която включва конкретна бизнес цел, минимизиране на събираните данни, оценка на риска, човешки контрол, проследимост на решенията и периодична проверка на резултатите. Важен принцип е пропорционалността: не всяка дейност се нуждае от сложен модел, а автоматизацията следва да се прилага там, където подобрява качеството, скоростта или устойчивостта без неприемлива загуба на доверие.

България разполага с предпоставки за развитие на дигитално подпомогнат туризъм: разнообразни природни и културни ресурси, разпознаваем морски и зимен продукт, растящо значение на градските и специализираните пътувания и развиващ се технологичен сектор. Основното предизвикателство е да се преодолее разминаването между наличието на отделни добри цифрови решения и липсата на интеграция между предприятия, дестинации и публични регистри.

Първият приоритет е и*зграждането на надеждна среда за туристически данни*. Информацията за обекти, събития, транспорт, достъпност и

работно време трябва да бъде структурирана, актуална и пригодена за автоматизиран обмен. Без такъв слой AI не може да генерира надеждни препоръки, а малките доставчици остават зависими от информацията и видимостта, които предоставят глобалните платформи.

Вторият приоритет е *развитието на дигитални и управленски компетентности.* Необходимо е обучението да надхвърли работата с конкретни приложения и да включва формулиране на задачи към AI, проверка на резултатите, анализ на данни, киберсигурност, защита на личната информация и оценка на възвръщаемостта. Университетите, браншовите организации и организациите за управление на туристическите райони могат да изградят общи програми и демонстрационни лаборатории за малки предприятия.

Третият приоритет е *насърчаването на достъпни решения за МСП*. Споделени облачни услуги, секторни платформи, ваучери за дигитализация и консултантска подкрепа могат да намалят първоначалната цена и технологичния риск. Ниското използване на облачни услуги в България спрямо средното за ЕС показва, че преди внедряването на сложни AI решения е необходимо да се укрепи базовата цифрова инфраструктура на предприятията.

Четвъртият приоритет е *използването на данни и AI за диверсификация и ограничаване на сезонността*. Анализът на търсения, резервации и мобилност може да идентифицира пазари за културен, балнео, СПА и уелнес, винен, кулинарен, събитиен и селски туризъм извън активните сезони. Персонализираните препоръки могат да свързват основните туристически центрове с по-слабо посещавани места и да разпределят ползите към повече местни общности.

Петият приоритет е *въвеждането на ясни стандарти за доверие*. Туристът трябва да знае кога общува с автоматизирана система, как се използват данните му и към кого може да се обърне при проблем. Особено внимание изискват услугите за деца, възрастни хора и лица със специфични потребности. Дигиталната трансформация ще бъде устойчива само ако повишава достъпността и не изключва потребителите с ограничени цифрови умения.

Следователно националната конкурентоспособност няма да се определя единствено от броя внедрени приложения, а от способността да се съчетаят технологии, качествени данни, квалифицирани хора и координирано управление. За България това означава преход от фрагментарна дигитализация към системен модел, в който решенията са взаимосвързани и ориентирани към измерими ползи за туриста, бизнеса и дестинацията.

Заключение

Дигиталната трансформация и изкуственият интелект се утвърждават като основни двигатели на новите тенденции в туризма. Те променят

поведението на туристите, каналите за дистрибуция, персонализацията на услугите и управлението на предприятията и дестинациите. Данните за развитието на настаняването чрез онлайн платформи и използването на облачни услуги и AI потвърждават структурния характер на тези промени.

Технологичният напредък обаче не гарантира автоматично устойчивост и конкурентоспособност. Необходими са качествени данни, цифрови компетентности, достъпни решения за МСП, защита на личната информация и човешки контрол. За България приоритетни са преодоляването на технологичното изоставане и използването на AI за повишаване на пазарната видимост, диверсификация на туристическия продукт и ограничаване на сезонността.

В този контекст посланието на Световния ден на туризма през 2026 г. е призив не просто за автоматизация, а за отговорно преосмисляне на туризма. Успешната трансформация трябва да съчетава технологиите с професионална компетентност, достъпност и подкрепа за местните общности, за да създава по-надеждно и пълноценно туристическо преживяване.

Използвани източници

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of eTourism research. Tourism Management, 29(4), 609–623. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005

European Parliament & Council of the European Union. (2024). Regulation (EU) 2024/1689 laying down harmonised rules on artificial intelligence. Official Journal of the European Union, L 2024/1689. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj

Eurostat. (2026a). Digital economy and society statistics – Enterprises. Statistics Explained. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises

Eurostat. (2026b). Short-stay accommodation offered via online collaborative economy platforms. Statistics Explained. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Short-stay_accommodation_offered_via_online_collaborative_economy_platforms

Eurostat. (2026c). Use of artificial intelligence in enterprises. Statistics Explained. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Use_of_artificial_intelligence_in_enterprises

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. Electronic Markets, 25, 179–188. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8

Huang, M.-H., & Rust, R. T. (2018). Artificial intelligence in service. Journal of Service Research, 21(2), 155–172. https://doi.org/10.1177/1094670517752459

Ilieva, L., Todorova, L., Ismailov, T., & Marinov, M. (2024). Implementing innovations that provide sustainable solutions in the tourism sector. Revista de Gestão Social e Ambiental, 18(11), e09246. https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n11-006

UN Tourism. (2026). World Tourism Day 2026: Digital agenda and artificial intelligence to redesign tourism. https://www.untourism.int/world-tourism-day-2026