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

ИНОВАЦИОННИ ПОДХОДИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРОПЕРАТОРСКАТА ДЕЙНОСТ

Доц. д-р Любомира Тодорова[1]

Резюме: *Съвременната туристическа индустрия се характеризира с динамична конкурентна среда и бързо навлизане на новите технологии. Това поставя необходимостта от прилагане на иновационни подходи в управлението на туроператорската дейност. Настоящият доклад разглежда ролята на иновациите като ключов фактор за повишаване конкурентоспособността и устойчивото развитие на предприятията от туроператорския сектор. Основната цел е бъдат анализирани съвременните управленски подходи и иновативни практики, прилагани в туроператорската дейност, както и тяхното влияние върху ефективността на предлаганите туристически продукти и услуги.*

Изследването се основава на резултати от проведено емпирично проучване в конкретен туроператор, насочено към установяване степента на внедряване на иновации в управленските процеси, разработването на туристически пакети и взаимодействието с клиентите. В рамките на анализа се разглеждат различни аспекти на иновационната дейност, включително използването на дигитални технологии, онлайн маркетингови инструменти, персонализация на туристическите услуги и усъвършенстване на организационните практики.

Получените резултати показват, че внедряването на иновационни решения в управлението на туроператорската дейност допринася за по-ефективно управление на ресурсите, подобряване качеството на туристическия продукт и повишаване на удовлетвореността на клиентите. В заключение се подчертава значението на системното прилагане на иновации като стратегически инструмент за развитие и адаптация на туроператорските предприятия към съвременните тенденции в туристическата индустрия.

Ключови думи: *туризъм, туроператорска дейност, иновации.*

JEL: L83, O31

INNOVATIVE APPROACHES IN TOUR OPERATOR MANAGEMENT

Assoc. Prof. Lyubomira Todorova

Abstract: *The modern tourism industry is characterized by a dynamic competitive environment and the rapid introduction of new technologies. This poses the need to apply innovative approaches in the management of tour operator activities. This report examines the*

[1] l.todorova@uni-svishtov.bg, СА „Д. А. Ценов“, катедра „Икономика и управление на туризма“

role of innovation as a key factor in increasing the competitiveness and sustainable development of enterprises in the tour operator sector. The main objective is to analyze modern management approaches and innovative practices applied in tour operator activities, as well as their impact on the effectiveness of the offered tourist products and services.

The study is based on the results of an empirical study conducted in a specific tour operator, aimed at establishing the degree of implementation of innovations in management processes, the development of tourist packages and interaction with customers. The analysis examines various aspects of innovation activity, including the use of digital technologies, online marketing tools, personalization of tourist services and improvement of organizational practices.

The results obtained show that the implementation of innovative solutions in the management of tour operator activities contributes to more effective resource management, improving the quality of the tourist product and increasing customer satisfaction. In conclusion, the importance of the systematic application of innovations as a strategic tool for the development and adaptation of tour operator enterprises to modern trends in the tourism industry is emphasized.

Key words*: tourism, tour operator, innovations.*

JEL: L83, O31

1. Въведение

Развитието на туризма през последните години е съпроводено с бързи промени в технологичната среда, потребителското поведение и начина, по който се създава и предлага туристическият продукт. В тези условия туроператорите са изправени пред необходимостта не само да се адаптират към промените, но и да намират нови решения за организация на дейността и взаимодействие с клиентите и партньорите. Иновациите постепенно се превръщат в естествена част от управлението на туроператорската дейност. Те намират израз както в използването на дигитални технологии, така и в разработването на нови продукти и услуги, персонализирането на туристическото преживяване и усъвършенстването на организационните процеси. Именно това поставя въпроса за ролята на иновационните подходи в съвременното управление на туроператорските предприятия и за възможностите, които те създават за тяхното развитие в променящата се туристическа среда.

2. Теоретични основи на иновациите в туроператорската дейност

В съвременната туристическа индустрия иновациите са важен фактор, както за адаптиране към промените в пазарните условия, така и за поддържане на конкурентоспособността. Тяхното присъствие не се ограничава до въвеждането на нови технологии, а включва промени в продуктите, процесите, управленските практики, маркетинга и взаимодействието с различните участници в туристическата индустрия (Hjalager, 2010).

Класическата концепция за иновацията е свързана с разбирането на Schumpeter (1934), според което развитието се осъществява чрез въвеждане на нови съчетания - нови продукти, нови методи, нови пазари, нови източници на ресурси и нови организационни форми. Въпреки че концепцията е формулирана в контекста на индустриалното производство, тя е приложима и към туристическите услуги, където новостта често се изразява чрез комбинация от съществуващи ресурси и услуги по нов начин.

Спецификата на туризма предполага по-широко разбиране за иновациите. Туристическият продукт е комплексен, нематериален и се формира чрез взаимодействието на множество участници. Поради това иновацията може да възникне не само в рамките на отделното предприятие, а и в отношенията между туроператора, хотелите, транспортните компании, местните организации, технологичните партньори и самите туристи. Hjalager (2010) разглежда именно тази системна характеристика на туристическите иновации и откроява продуктови, процесни, управленски, маркетингови и институционални проявления.

В туроператорската дейност продуктовите иновации се свързват със създаването на нови туристически пакети, тематични маршрути, комбинирани услуги и персонализирани преживявания. Процесните иновации включват дигитализация и автоматизация на резервациите, управление на информацията, комуникацията с клиентите и взаимодействието с доставчиците. Маркетинговите иновации намират израз в използването на дигитални канали, социални мрежи, персонализирана комуникация и системи за управление на взаимоотношенията с клиентите. Управленските и организационните иновации се проявяват чрез нови модели на координация, работа в мрежи, партньорства и по-гъвкави форми на организация.

Важно е да се отчете и развитието на съвременното разбиране за бизнес иновациите. В *Oslo Manual,* OECD и Eurostat обобщават класификацията в две основни групи - продуктови иновации и иновации в бизнес процесите, като последните обхващат широк кръг от функции на предприятието (OECD/Eurostat, 2018). Това позволява иновационната дейност на туроператора да се разглежда едновременно от гледна точка на предлагания продукт и на начина, по който организацията го създава, реализира и управлява.

Особено значение за туризма има развитието на информационните и комуникационните технологии. Buhalis и Law (2008) показват, че дигитализацията променя структурата на туристическата индустрия, каналите за дистрибуция, комуникацията с потребителите и начините за управление на туристическата информация. В този смисъл технологичните решения следва да се разглеждат не като самостоятелна цел, а като инструмент за подобряване на управленските процеси и създаване на по-висока стойност за клиента.

3. Иновационни подходи в съвременното управление на туроператорската дейност

Туроператорът заема специфично място в туристическата система, тъй като комбинира различни услуги и координира дейността на множество доставчици. Тази интегрираща функция превръща управлението на информацията, партньорските отношения и клиентското преживяване в основни области на иновационна активност.

Един от най-съществените съвременни подходи е дигитализацията на управленските процеси. Онлайн резервационните системи, CRM платформите, облачните решения, автоматизацията на административните дейности и анализът на данни позволяват по-бърза обработка на информацията и по-добра координация между отделните звена и партньори (Илиева, 2025). Дигиталните технологии също така улесняват проследяването на потребителското поведение и създават възможности за по-точно сегментиране на пазара. Втора важна насока е персонализацията на туристическото предложение. Съвременният турист разполага с голям избор от алтернативи и все по-често очаква предложение, съобразено с неговите индивидуални интереси, бюджет и предпочитания. Следователно конкурентоспособността на туроператора зависи не само от разнообразието на предлаганите продукти, а и от способността да се създава релевантно и диференцирано туристическо преживяване.

Сред множеството авторови проучвания по разглежданата проблематика се откроява концепцията за съвместно създаване на стойност. Prahalad и Ramaswamy (2004) подчертават, че потребителят постепенно се превръща от пасивен получател на готов продукт в активен участник в процеса на създаване на стойност. В туроператорската дейност това означава използване на обратната връзка, предпочитанията и поведението на туристите при разработването и усъвършенстването на туристическите предложения.

Друга важна характеристика на съвременното управление е мрежовото взаимодействие. Туроператорът рядко може самостоятелно да осъществи всички дейности, необходими за създаването на комплексен туристически продукт. Именно поради това партньорствата с хотели, превозвачи, местни организации, технологични компании и други доставчици се превръщат в източник на знания, ресурси и иновационни възможности. Именно туроператора има ролята на двигател и координатор на иновациите в мрежа от туристически предприятия. Тази тенденция е свързана и с развитието на отворените иновации, при които организацията не разчита единствено на собствените си знания и ресурси, а използва идеи, технологии и компетентности от външни партньори. За туроператора това може да означава сътрудничество с технологични компании, местни общности, туристически организации и други участници в дестинацията. По този

начин иновационният потенциал на предприятието се разширява извън неговите непосредствени организационни граници.

Съвременният иновационен подход предполага и по-голяма организационна гъвкавост. Промените в търсенето, сезонността, икономическите условия и кризисните ситуации показват необходимостта от бързо адаптиране на продуктите и процесите. Затова туроператорите трябва да развиват способност за бързо вземане на решения, управление на риска и пренаочване на ресурсите към нови пазарни възможности.

4. Основни направления за иновационно развитие на туроператорските предприятия

Въз основа на разгледаните теоретични постановки могат да се обособят няколко взаимосвързани направления, които имат особено значение за развитието на съвременното туроператорство:

Първото направление е **иновативното управление на туристическия продукт**. То предполага преминаване от стандартизирани пакетни предложения към по-гъвкави продукти, които могат да бъдат адаптирани към различни потребителски групи. Значение придобиват тематичните пътувания, нишовите продукти, комбинирането на различни туристически услуги и създаването на преживявания с ясно разпознаваема добавена стойност.

Второто направление е **дигиталното управление на взаимоотношенията с клиентите**. Използването на цифрови канали позволява комуникацията да се осъществява преди, по време и след пътуването. Така туроператорът може да превърне еднократната продажба в продължително взаимодействие с клиента. Натрупаната информация може да подпомага разработването на персонализирани предложения, повишаването на удовлетвореността и изграждането на лоялност.

Третото направление е **иновационно управление на партньорската мрежа**. Тъй като качеството на туроператорския продукт зависи от множество доставчици, ефективното управление на партньорските отношения се превръща в съществен източник на конкурентоспособност. Необходимо е не само да се поддържат договорни отношения, но и да се изграждат устойчиви партньорства, основани на обмен на информация, координация и съвместно разработване на нови предложения.

Четвъртото направление е **устойчивото развитие чрез иновации**. Иновационните решения могат да подпомогнат оптимизирането на ресурсите, ограничаването на негативното въздействие върху околната среда и развитието на по-отговорни туристически продукти. За туроператора устойчивостта постепенно се превръща не само в елемент на корпоративната отговорност, но и във възможност за продуктова диференциация и позициониране на пазара. Изследванията върху туроператорския бизнес показват, че именно туроператорите имат важна роля при интегрирането на устойчиви

практики във веригата по реализиране на туристическия продукт (Khairat & Maher, 2012).

Петото направление е **използването на данни за управленски решения**. Събирането и анализът на информация за търсенето, клиентските предпочитания, продажбите и ефективността на маркетинговите канали създават възможност решенията да се основават в по-голяма степен на реални пазарни данни. В съчетание с автоматизацията и изкуствения интелект това може да подпомогне прогнозиране на търсенето, персонализиране на офертите и оптимизиране на ресурсите.

Тези направления показват, че иновационното управление не представлява отделна функция на туроператора. То трябва да бъде интегрирано в цялостната управленска система - от разработването на продукта и избора на партньори до маркетинга, обслужването на клиентите и оценката на резултатите. В този контекст развитието на туроператорската дейност може да се разглежда като преход от традиционен модел, основан основно на стандартизирани пакети и посредничество, към по-гъвкав модел, при който туроператорът е едновременно *обединител, дигитален организатор, консултант и създател на туристически преживявания.* Технологиите подпомагат този преход, но неговият успех зависи предимно от способността на организацията да ги интегрира с човешкия капитал, познаването на пазара и ефективното управление на партньорските отношения.

5. Заключение

Иновационните подходи се утвърждават като съществен елемент от съвременното управление на туроператорската дейност. Анализът показва, че тяхното значение не се изчерпва с внедряването на нови технологии, а обхваща цялостната логика на създаване, предлагане и управление на туристическия продукт. Дигитализацията променя начина, по който туроператорите взаимодействат с клиентите, партньорите и пазара, а персонализацията и съвместното създаване на стойност поставят туриста в по-активна позиция. Същевременно мрежовото взаимодействие и отворените иновации разширяват възможностите за използване на външни знания и ресурси. Това превръща туроператора от традиционен посредник в активен координатор на туристическата система. В резултат конкурентоспособността на туроператорските предприятия все повече зависи от способността им да съчетават технологични, продуктови, маркетингови и организационни иновации в единна управленска система. Особено значение имат способността за адаптация, използването на данни, персонализирането на услугите, развитието на партньорски мрежи и интегрирането на принципите на устойчивото развитие. Следователно иновациите би следвало да се разглеждат не като еднократна промяна или отделен технологичен проект, а като непрекъснат управленски процес, чрез който туроператорското предприятие реагира на промените в пазара и създава нова стойност за клиентите

и партньорите си. Именно системното управление на този процес създава предпоставки за по-висока ефективност, устойчивост и дългосрочна конкурентоспособност на туроператорската дейност.

Използвани източници

Илиева, Л. (2025). Възможности и предизвикателства пред промотирането на дестинация България във века на дигиталната трансформация, Наука и икономика ИУ - Варна, 2025, ISBN: 3033-2877

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

Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management, 31*(1), 1–12. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012

Khairat, G., & Maher, A. (2012). Integrating sustainability into tour operator business: An innovative approach in sustainable tourism. *Tourismos, 7*(1). https://doi.org/10.26215/tourismos.v7i1.265

Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation (4th ed.). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9789264304604-en

Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing, 18*(3), 5–14. https://doi.org/10.1002/dir.20015