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

РОЛЯТА НА КЕТЪРИНГ ОБСЛУЖВАНЕТО КАТО ФАКТОР ЗА ПОВИШАВАНЕ АТРАКТИВНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ СЪБИТИЯ

Докторант Цветелина Петрова[1]

Резюме: *Изследването обосновава ролята на кетъринг обслужването за повишаване атрактивността на туристическите събития. Анализирани са качеството, тематичността, местната кулинарна идентичност, персонализацията и устойчивостта като фактори за създаване на добавена стойност, удовлетвореност и запомнящо се преживяване..*

Ключови думи*: кетъринг обслужване; туристически събития; атрактивност; туристическо преживяване; местна идентичност; устойчивост*

JEL: L83, M31, Z32

THE ROLE OF CATERING SERVICES IN ENHANCING THE ATTRACTIVENESS OF TOURISM EVENTS

PhD Student Tsvetelina Petrova

Abstract: *The study examines the role of catering services in enhancing the attractiveness of tourism events. Quality, thematic design, local culinary identity, personalization and sustainability are analysed as factors creating added value, visitor satisfaction and memorable experiences.*

Key words: *catering services; tourism events; attractiveness; visitor experience; local identity; sustainability*

JEL: L83, M31, Z32

Въведение

В съвременните условия туристическите събития все по-често се разглеждат не само като временни културни, делови, спортни или развлекателни прояви, а като комплексни туристически продукти, способни да формират интерес към дадена дестинация, да стимулират посещаемостта и да създават добавена стойност за местната икономика. Привличането на посетители не зависи единствено от програмата, известността на участниците или

[1] tsvetelina.g.petrova@abv.bg, СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

мястото на провеждане. Все по-съществено значение придобива цялостното преживяване, което проявата предлага преди, по време и след нейното провеждане.

В тази връзка кетъринг обслужването следва да се разглежда като структурен елемент на събитийния туристически продукт. То не се изчерпва с осигуряването на храни и напитки, а включва планиране на менюто, логистика, безопасност и качество на кулинарната продукция, организация на потоците, начин на поднасяне, атмосфера, визуално представяне и съобразяване с профила на участниците. Чрез тези характеристики кетърингът влияе върху възприеманата стойност на събитието, удовлетвореността на посетителите, намерението за повторно посещение и отношението към дестинацията.

Актуалността на проблема произтича от промените в туристическото поведение. Съвременният посетител търси не само участие в определена проява, а запомнящо се, емоционално и различимо преживяване. Храната действа като посредник между посетителя и мястото, тъй като представя неговата култура, традиции и локална специфика. Наред с това нарастват изискванията за разнообразие, достъпност, прозрачна информация за алергени, екологосъобразни решения и отговорно използване на ресурсите. Включването на местни доставчици, сезонни продукти, кратки вериги на доставка и мерки за ограничаване на хранителните отпадъци може едновременно да намали въздействието върху околната среда и да укрепи положителния образ на събитието (Mair & Jago, 2010).

Целта на доклада е да се обоснове ролята на кетъринг обслужването като фактор за повишаване атрактивността на туристическите събития. За нейното постигане са използвани анализ и синтез на специализирана литература, сравнителен подход и систематизиране на приложими организационни решения. Защитава се тезата, че кетъринг обслужването повишава атрактивността на туристическото събитие, когато е интегрирано в неговата цялостна концепция и съчетава качество, тематичност, местна кулинарна идентичност, персонализация, иновативност и устойчивост.

1. Кетъринг обслужването в системата на събитийния туристически продукт

Събитийният туризъм може да бъде разглеждан като форма на туристическо потребление, при която съществен мотив за пътуване е участието в конкретна културна, делова, спортна, развлекателна или гастрономическа проява. Събитията активизират дестинацията, стимулират потреблението на транспортни, настанителни, ресторантьорски и развлекателни услуги и подпомагат изграждането на разпознаваем образ на мястото. Поради това те функционират не изолирано, а като съвкупност от взаимосвързани услуги, чието общо качество определя оценката на посетителя.

Туристическият продукт е определен в Закона за туризма като съвкупност от туристически услуги, предлагани и/или предоставяни в един или няколко туристически обекта. От тази гледна точка програмата е само ядрото на събитието, а храненето, обслужването, достъпността, развлеченията и културно-познавателните дейности формират неговата разширена стойност. Следователно атрактивността показва способността на проявата да предизвика интерес и предпочитание, докато конкурентоспособността отразява способността ѝ устойчиво да създава по-висока възприемана стойност от сходни предложения, да привлича целеви публики и да насърчава повторни посещения.

В рамките на тази система кетърингът е специфична форма на ресторантьорския продукт, адаптирана към времевите, пространствените и тематичните особености на събитието. Ресторантьорският продукт обхваща не само материалните елементи - храни и напитки, но и цялостното преживяване, което клиентът получава (Илиева и др., 2025). При събитията към това се добавят капацитетът за обслужване на концентриран поток от хора, синхронизацията с програмата, мобилността на оборудването, комуникацията с организатора и управлението на рискове.

Кетърингът съчетава материални и нематериални характеристики. Храната се оценява чрез вкус, свежест и външен вид, но възприятието се влияе и от времето за изчакване, поведението на персонала, хигиената, удобството на зоните за консумация и съответствието с темата. Именно взаимодействието между тези елементи превръща обслужването в част от туристическото преживяване и позволява то да бъде използвано като средство за диференциация.

2. Кетъринг обслужването като фактор за туристическото преживяване

Кетъринг обслужването има пряко значение за изграждането на туристическото преживяване, защото се възприема едновременно чрез вкус, аромат, визия, среда и социално взаимодействие. За разлика от редица организационни процеси, които остават невидими за посетителя, храната и обслужването се оценяват непосредствено. Поради това добре организираният кетъринг може да усили положителното възприятие за цялата проява, а несъответствието между обещаното и полученото - да го компрометира.

Храната създава сетивни и емоционални маркери, чрез които преживяването се свързва с конкретно място. Автентичността на фестивалното хранене зависи не само от рецептата, а и от културния контекст, начина на представяне и взаимодействието между посетители и доставчици (Robinson & Clifford, 2012). Запомнящото се гастрономическо преживяване включва вкус, атмосфера, общуване и история, които заедно формират спомена за пътуването (Stone et al., 2018).

При фолклорен фестивал например зона с местни производители, демонстрация на традиционна технология и кратък разказ за произхода на ястието може да превърне обедната пауза в част от културната програма. При делова конференция по-подходящо е порционно или бюфетно обслужване с ясна информация за състава на храните, кратко време за изчакване и достатъчно места за неформални разговори. При спортно събитие конкурентно предимство може да се създаде чрез бързи пунктове с вода, балансирани менюта и предварително заявени пакети за участници с различни хранителни режими. Тези примери показват, че стойността възниква от съответствието между кетъринг решението, целта на проявата и потребностите на аудиторията.

Потребителите не оценяват отделните услуги изолирано. Дори при силна програма неподходящото меню, бавното обслужване, липсата на пространство или неясната информация за алергени могат да понижат общата оценка. Обратно, надеждната организация намалява възприемания риск и освобождава време за участие в основните активности. Изследванията върху фестивалното преживяване свързват качеството на храната и удобствата с удовлетвореността и намерението за повторно посещение (Jung et al., 2015), което очертава пряка връзка между оперативното качество и конкурентната устойчивост на събитието.

При делови прояви обслужването следва да бъде дискретно, ефективно и ориентирано към участниците (Илиева и др., 2025). При семейни, културни или развлекателни събития решенията могат да бъдат по-интерактивни, но водещо остава съответствието с програмата, продължителността, мястото и профила на публиката. Така кетърингът обединява сетивно въздействие, организационно качество и функционалност.

3. Влияние на кетъринг обслужването върху атрактивността на събитията

Кетъринг обслужването може да повиши атрактивността на туристическите събития, когато надхвърля основната функция по осигуряване на храни и напитки и се превръща в активна част от съдържанието на проявата. Менюто, визуалното оформление, начинът на сервиране, дегустационните зони, кулинарните демонстрации, приготвянето на храна пред посетителите и интерактивните щандове обогатяват преживяването и създават допълнителни поводи за участие. Когато кулинарният компонент е съобразен с темата и атмосферата на проявата, той засилва нейното емоционално въздействие, повишава възприеманата стойност и допринася за по-добрата ѝ разпознаваемост.

Съществено значение за атрактивността има местната кулинарна идентичност. Включването на регионални продукти, традиционни рецепти, местни производители и съвременни интерпретации на характерни ястия изгражда по-силна връзка между събитието и дестинацията. Храната се

превръща в носител на културна информация, чрез която посетителите опознават местните традиции, бит и начин на живот. Мотивацията за участие в събития се влияе едновременно от регионалната, фестивалната, туристическата и развлекателната атрактивност (Akgunduz & Coşar, 2018), поради което местната кухня може да засили интереса както към конкретната проява, така и към дестинацията, в която тя се провежда.

Персонализацията на кетъринг услугите също допринася за повишаване атрактивността на събитието. Предлагането на детски, вегетариански, веган, безглутенови, здравословни, сезонни или дегустационни менюта позволява да бъдат отчетени потребностите на различни групи посетители. Практически приложим подход е участниците предварително да заявяват своя хранителен режим при регистрацията, а организаторът да планира необходимите количества въз основа на получената информация. По този начин се ограничава рискът от недостиг, намаляват се хранителните отпадъци и се създава усещане за индивидуално отношение и грижа към посетителя.

Иновативното представяне на храната разширява възможностите за превръщане на кетъринга в самостоятелен атрактивен елемент на събитието. Към подобни решения се отнасят разказването на истории около ястията, използването на QR менюта с информация за произхода на продуктите и съдържащите се алергени, съчетаването на гастрономията с музика, изкуство или дигитални елементи, както и организирането на демонстрации с участие на публиката. Проучване на гастрономически фестивал показва, че интересът се формира от съчетанието на местни и органични храни, продукти с географско означение, улична храна, иновативни решения и културно опознаване, а възприеманата стойност е свързана с вкус, разнообразие и различимост (Çekiç, 2023).

Устойчивите практики също могат да повишат атрактивността, когато са видими, разбираеми и удобни за посетителите. Използването на многооборотна посуда, диспенсъри за вода, местни и сезонни продукти, разделно събиране на отпадъците, компостиране и даряване на годна неизползвана храна показва отговорно отношение към ресурсите и местната общност. Самото заявяване на „зелен“ подход обаче не е достатъчно. Необходими са предварително планиране на количествата, ясно разпределение на отговорностите и подходящо представяне на приложените мерки пред участниците. По този начин устойчивостта се превръща не само в организационен принцип, но и в част от положителното преживяване на посетителите.

Данните в таблицата показват, че влиянието на кетъринг обслужването върху атрактивността зависи от съответствието между характера на събитието, потребностите на посетителите и избрания формат на обслужване. При културните и гастрономическите прояви водещи са автентичността и елемента на преживяването, докато при деловите и спортните събития поголямо значение имат бързината, удобството и функционалността.

Независимо от вида на проявата, добре планираният кетъринг обогатява нейното съдържание, повишава удовлетвореността и създава предпоставки за повторно посещение.

Таблица 1. Примерни кетъринг решения и ефект върху атрактивността на събитията

Тип събитие	Примерно кетъринг решение	Ефект върху атрактивността
Културен или фолклорен фестивал	Местни рецепти, кулинарни демонстрации и срещи с производители	Автентичност, културно опознаване и по-силна връзка с дестинацията
Делова конференция	Предварителен избор на меню, ясна информация за алергените и кратко време за обслужване	Комфорт, удовлетвореност и благоприятна атмосфера за общуване
Спортно събитие	Мобилни пунктове за храни и напитки и менюта, съобразени с физическото натоварване	Достъпност, удобство, безопасност и положителна оценка
Гастрономическо събитие	Дегустации, кулинарен разказ, демонстрации и интерактивни формати	Самостоятелен мотив за посещение, запомнящо се преживяване и медийна разпознаваемост
Семейно събитие	Детски порции, зони за почивка и менюта за различни хранителни режими	Приобщаване на различни групи посетители и намерение за повторно посещение

Източник: авторова систематизация.

Влиянието на кетъринг обслужването върху атрактивността на събитието може да бъде оценявано чрез удовлетвореността от храната и обслужването, средното време за изчакване, оценката на атмосферата и тематичното съответствие, интереса към кулинарните активности, споделянето на снимки и впечатления, както и намерението за повторно посещение. Системното проследяване на тези показатели позволява да се сравняват отделните издания на проявата и да се установи кои кетъринг решения най-силно допринасят за нейното положително възприемане. По този начин кетърингът се утвърждава като управляем инструмент за обогатяване на туристическото преживяване и повишаване атрактивността на събитието.

Заключение

Кетъринг обслужването заема съществено място в организацията на туристическите събития, тъй като обединява функционални, културни, емоционални и маркетингови характеристики. Направеният анализ показва, че то не следва да се разглежда единствено като съпътстваща дейност по осигуряване на храни и напитки, а като структурен елемент на събитийния

туристически продукт, който влияе върху възприеманото качество, удовлетвореността на посетителите и връзката на проявата с дестинацията.

Приносът на кетъринг обслужването за повишаване атрактивността се проявява чрез неговото сетивно въздействие, тематична обвързаност, интерактивност, местна кулинарна идентичност, персонализация и устойчивост. Кулинарните демонстрации, дегустациите, местните продукти, адаптираните менюта и иновативните форми на представяне обогатяват съдържанието на проявата и могат да превърнат храненето в самостоятелен мотив за посещение. Същевременно добрата организация, краткото време за обслужване, ясната информация за алергените и съобразяването с различните хранителни режими повишават комфорта и създават усещане за грижа към участниците.

От практическа гледна точка организаторите следва да интегрират кетъринг концепцията още при проектирането на събитието, да анализират профила на аудиторията, да определят стандарти за качество и безопасност, да координират доставчиците и да проследяват удовлетвореността на посетителите. Най-силен ефект се постига, когато менюто, обслужването, местната специфика, устойчивите практики и комуникацията са обединени в последователна концепция. По този начин кетърингът създава добавена стойност, стимулира интереса към проявата, подпомага формирането на запомнящо се преживяване и повишава цялостната атрактивност на туристическото събитие.

Използвани източници

Илиева, Л., Тодорова, Л., Павлов, П., & Шопова, К. (2025). Ресторантьорство и кетъринг. Академично издателство „Ценов“.

Закон за туризма. (2026). ДВ, бр. 16 от 10 февруари 2026 г.

Akgunduz, Y., & Coşar, Y. (2018). Motivations of event tourism participants and behavioural intentions. Tourism and Hospitality Management.

Çekiç, İ. (2023). The roles of gastronomy festivals on travel motivation and value perception: A study on domestic tourists attending GastroAntep. Journal of Humanities and Tourism Research.

Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? Tourism Management, 68, 250-263.

Jung, T., Ineson, E. M., Kim, M., & Yap, M. H. T. (2015). Influence of festival attribute qualities on slow food tourists' experience, satisfaction level and revisit intention: The case of the Mold Food and Drink Festival. Journal of Vacation Marketing.

Kolb, B. M. (2022). Event management for the tourism and hospitality industries. Routledge.

Mair, J., & Jago, L. (2010). The development of a conceptual model of greening in the business events tourism sector. Journal of Sustainable Tourism, 18(1), 77-94.

Pavlov, P. (2023). Opportunities for development of the tourism sector in Bulgaria. SHS Web of Conferences.

Robinson, R. N. S., & Clifford, C. (2012). Authenticity and festival foodservice experiences. Annals of Tourism Research.

Stone, M. J., Soulard, J., Migacz, S., & Wolf, E. (2018). Elements of memorable food, drink, and culinary tourism experiences. Journal of Travel Research, 57(8), 1121-1132.