СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ” – Свищов
Факултет „Производствен и търговски бизнес”
Катедра „Икономика и управление на туризма”

МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНОПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ТУРИЗМЪТ В НОВОТО ХИЛЯДОЛЕТИЕ – СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ

Сборник с доклади

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2019

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Почетен председател:
доц. д-р Иван Марчевски – Ректор на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Председател:
доц. д-р Петя Иванова
Членове:
проф. д-р Марияна Божинова
проф. д.и.н. Милко Палангурски
доц. д-р Мариана Янева
доц. д-р Тихомир Личев
гл. ас. д-р Любка Илиева
гл. ас. д-р Любомира Тодорова
гл. ас. д-р Павлин Павлов

МЕЖДУНАРОДЕН РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Председател:
проф. д-р Марияна Божинова – (България)
Членове:
проф. д-р Лариса Корганашвили (Грузия)
проф. д-р Алфред А. Розенблум (САЩ)
проф. д-р Алфонсо Варгас (Испания)
доц. д-р Петя Иванова (България)
доц. д-р Мариана Янева (България)
доц. д-р Татяна Манастерска (Полша)
доц. д-р Ю-Чен Чанг (Тайван)
доц. д-р Сергей Илькевич (Русия)
доц. д-р Насирли Бейтулла (Азербайджан)

Технически секретар – Емилия Станева

ISBN 978-954-23-1764-7

СЪДЪРЖАНИЕ

Доц. Петя Иванова
Вместо предговор 9

Пленарен доклад
Проф. М. Божинова
АКТУАЛНИ АСПЕКТИ НА УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ И БЪЛГАРСКАТА ПРОЕКЦИЯ 13

ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ И ИНОВАЦИИ

Prof. Andrey Zahariev, Assoc. Prof. Stoyan Prodanov, Head Assist. Prof. Emil Tsanov, PhD, Assist. Prof. Stefan Prodanov, PhD; Mariana Moneva-Dauo, Phd Student
PROJECT NOVAE AND INTERREG PROGRAMME – A NEW APPROACH FOR DEVELOPMENT OF THE LOWER DANUBE TOURIST DESTINATION 27

Доц. д-р Петя Иванова, докторант Симеон Симеонов
ХАРАКТЕРИСТИКА НА ТУРИСТА, ПРАКТИКУВАЩ КУЛИНАРЕН ТУРИЗЪМ 36

Доц. д-р Иванка Николова
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА НАРАСТВАНЕ НА ПРИХОДИТЕ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО 45

Доц. д-р Снежинка Кадиева
НЯКОИ НОВИ КОНЦЕПЦИИ ЗА ХОТЕЛИТЕ НА БЪДЕЩЕТО 53

Доц. д-р Ваня Василева, Йорданка Марчева
СЪВРЕМЕННИ ОСОБЕНОСТИ В РАЗВИТИЕТО НА РЕСТОРАНТЬОРСТВОТО В КИПЪР 62

Доц. д-р Снежана Иванова, Александрина Енева
ИНОВАЦИИТЕ В НОВИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ СВЯТ 70

Доц. д-р Катя Илиева
РЕСУРСИТЕ НА СОЛЕНИТЕ ЕЗЕРА В АКВАТОРИЯТА НА БУРГАС И РОЛЯТА ИМ В РАЗВИТИЕТО НА АЛТЕРНАТИВНИ ВИДОВЕ ТУРИЗЪМ В РЕГИОНА 81

Гл. ас. д-р Любка Илиева
ИЗСЛЕДВАНЕ НА ИНСТРУМЕНТИТЕ ЗА ВЪЗДЕЙСТВИЕ
ВЪРХУ ИМИДЖА НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ 91

Доктор Никола Гайдаров, докторант Ралица Георгиева
СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ПРОДУКТИ НА ТУРОПЕРАТОРИТЕ
ПО ДЕЛОВИ И ХАЗАРТЕН ТУРИЗЪМ 98

Ст. преп. Маргарита Панчева
С ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА ПРИ ПОДГОТОВКАТА И ПРОВЕЖДАНЕТО
НА ОРГАНИЗИРАНИ ОБИКОЛНИ ПЪТУВАНИЯ ИЗ БЪЛГАРИЯ,
ПРЕДНАЗНАЧЕНИ ЗА ФРЕНСКИ ТУРИСТИ.....108

Преп. д-р Севджан Сабриева
СЪВРЕМЕННО СЪСТОЯНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА
ИНФРАСТРУКТУРА В ЮГОЗАПАДЕН РАЙОН ЗА ПЛАНИРАНЕ 117

Докторант Данаил Алеков
ДИНАМИЧНИ И СТАЦИОНАРНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОГРАМИ.....124

Докторант Илиян Дуков
ДЕТЕРМИНАНТИ НА ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ТЪРСЕНЕ НА
ОРГАНИЗИРАНИ ЕДНОДНЕВНИ ПЕШЕХОДНИ ЕКСКУРЗИИ.....133

Mohamed Mostafa Albaz
THE ROLE OF SMART HUMAN RESOURCES IN IMPROVING THE
EFFICIENCY OF LOGISTICS INVESTMENT IN SMEs 141

ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

Доц. д-р Генка Рафаилова
ВЗАИМОВРЪЗКА МЕЖДУ КРЕАТИВНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
И ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ 151

Доц. д-р Мария Станкова
ВЪЗМОЖНОСТИ НА ИНДУСТРИЯТА НА ТУРИЗМА ЗА СОЦИАЛНО
ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО 161

Доц. д-р Еленита Великова
АНАЛИЗ НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА УДЪЛЖАВАНЕ НА СЕЗОНА
В БЪЛГАРСКИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ КУРОРТИ.....169

Gordana Stojmenović, проф. д-р Любчо Варамезов
ОПИТЪТ НА СРЪБСКИТЕ ПРОИЗВОДСТВЕНИ КОМПАНИИ
В LEAN ПРОИЗВОДСТВОТО.....179

Доц. д-р Светослав Илийчовски, доц. д-р Ася Панджерова
СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ НА НЕОБХОДИМИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ КОМПЕТЕНЦИИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ЖЕНСКО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ИТАЛИЯ, АНГЛИЯ И БЪЛГАРИЯ 187

Гл. ас. д-р Галя Кушева
АНАЛИЗ НА ДЕЙНОСТТА НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ В КУРОРТЕН КОМПЛЕКС ПАМПОРОВО ПРЕЗ ЗИМНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ СЕЗОН ЗА ПЕРИОДА 2017-2019 г. 195

Гл. ас. д-р Венцислав Перков
ДИНАМИКА НА СЕЗОННОСТТА В ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС 203

Гл. ас. д-р Илияна Кръстева
ВЪЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ 211

Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева
ИНОВАТИВНОСТ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ФИРМИ 218

Ас. д-р Любомира Тодорова
ПРОЯВЛЕНИЕ НА СИВАТА ИКОНОМИКА В ТУРИСТИЧЕСКИЯ СЕКТОР НА Р. БЪЛГАРИЯ 227

Ас. д-р Павлин Павлов
ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ 234

Ас. д-р Пламен Петров
ДИНАМИКА В РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ – ТЕНДЕНЦИИ ЗА ПЕРИОДА 2014 – 2019 ГОДИНА 241

Асен Божиков
КИБЕРАТАКИТЕ – СЪЩЕСТВЕНО ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО ПРЕД ХОТЕЛИТЕ В ДИГИТАЛНАТА ЕРА 248

Докторант Таня Рисемова
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКИ ОБЩИНИ ПО ТЕЧЕНИЕТО НА ДОЛЕН ДУНАВ 256

Докторант Жаклин Коен
ПРОЦЕСНО УПРАВЛЕНИЕ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО ЗА УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ ОПЕРАЦИИТЕ В ПРЕДЕН ОФИС 264

Докторант д-р Владимир Бойчев
МЕДИЦИНСКИ ИЛИ МЕДИКАМЕНТОЗЕН ТУРИЗЪМ – ВЪЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВИ 272

Докторант Зорница Златанова
МАРКЕТИНГОВИ ИЗСЛЕДВАНИЯ ПРИ ОЦЕНКА НА ТУРИСТИЧЕСКИ КОМПАНИИ, ОТНОСНО ПРИЛОЖЕНИЕТО НА ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА 281

ФИНАНСОВИ, ОТЧЕТНИ, ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ И СОЦИАЛНИ ВЪПРОСИ НА ТУРИЗМА

Доц. д-р Людмил Найденов, гл. ас. д-р Марияна Павлова-Бънова
МЕСТНИ ДАНЪЦИ И ЕФЕКТИВНОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС 291

Доц. д-р Маргарита Шопова
СТАТИСТИЧЕСКИ АНАЛИЗ НА РЕГИОНАЛНИТЕ РАЗЛИЧИЯ В ДЕЙНОСТТА НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ НА ТУРИСТИ 301

Доц. д-р Галя Иванова - Кузманова
ПРОБЛЕМИ ПРИ СЧЕТОВОДНОТО ОТЧИТАНЕ НА РАЗХОДИТЕ ЗА БЕЗПЛАТНА ХРАНА В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ 311

Ас. д-р Йордан Стефанов Йорданов
ПРОБЛЕМИ ПРИ ПЕНСИОННОТО ОСИГУРЯВАНЕ НА ЗАЕТИТЕ В ТУРИЗМА 318

Изследовател д-р Александрина Александрова АНАЛИЗ НА БАЗИСНИ ПОКАЗАТЕЛИ ОТНОСНО ТУРИЗМА В СТРАНИТЕ ЧЛЕНКИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ 326

Докторант Росен Колев
НЕОБХОДИМОСТ ОТ НОВИ ПОДХОДИ ПРИ КАЛКУЛИРАНЕТО НА СЕБЕСТОЙНОСТТА 334

Докторант Димчо Шопов
ВЛИЯНИЕ НА ВИСОКАТА ДЪРЖАВНА ЗАДЛЪЖНЯЛОСТ ВЪРХУ ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ НА СТРАНИТЕ ОТ ЕС 342

Докторант Борислава Славова-Петкова
СОЦИАЛЕН ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ 351

МАРКЕТИНГОВИ, ТЪРГОВСКИ И УПРАВЛЕНСКИ АСПЕКТИ НА ТУРИЗМА

Проф. д-р Светла Ракаджийска
СИМВОЛИКА И КОМУНИКАЦИЯ ЗА ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ.....359

Проф. д-р Стоян Маринов, д-р Галина Илиева
ТУРИСТИЧЕСКО ТЪРСЕНЕ НА ОБЩИНА НЕСЕБЪР КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ.....368

Доц. д-р Иван Марчевски, доц. д-р Ваня Григорова
МАРКЕТИНГОВИТЕ МРЕЖИ ОТ ФИРМИ – СЪВРЕМЕННА ТЕНДЕНЦИЯ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО В БЪЛГАРИЯ 375

Assoc. Prof., PhD Tatiana Manasterska, The President Stanislaw Wojciechowski
MANAGING AND MEETING THE DEMANDS OF OLDER TOURIST MARKET.....384

Доц. д-р Галина Захариева
ПРИНОС НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ УСЛУГИ ЗА РАЗВИТИЕ НА НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА 390

Доц. д-р Искра Пантелеева
СТРАТЕГИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В ТУРИЗМА – НЯКОИ МЕТОДИКО-ОРГАНИЗАЦИОННИ ВЪПРОСИ..398

Доц. д-р Мариана Янева, доц. д-р Николай Цонев
КОНСУЛТАНТСКА ОЦЕНКА НА ПОТЕНЦИАЛА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН 404

Доц. д-р Соня Алексиева, Росен Петков
КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО НА УСТОЙЧИВОТО ХРАНЕНЕ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО – ПОТРЕБИТЕЛСКИ ПОЛЗИ, ПРОБЛЕМИ И ТЕНДЕНЦИИ.....414

Доц. д-р Иван Желев
ВЗАИМООТНОШЕНИЯ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ ПРИ ФАСИЛИТИ МЕНИДЖМЪНТА НА ХОТЕЛИТЕ В БЪЛГАРИЯ.....423

Доц. д-р Пенка Горанова
КОНЦЕПЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ХОТЕЛСКИ КОМПЛЕКС.....431

Доц. д-р Анатолий Асенов, докторант Зорница Крумова
ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТРЕЛСТВА И ПРЕД ЛИДЕРСТВОТО В ТУРИСТИЧЕСКИЯ СЕКТОР.....439

Гл. ас. д-р Емил Николов
ПОЗИТИВНИ ЕФЕКТИ ОТ ИНТЕГРИРАНЕТО НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНУДСТРИЯ НА БЪЛГАРИЯ 447

Гл. ас. д-р Маргарита Мишева
ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ В ТУРИЗМА – ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВИ.....454

Гл. ас. д-р Надежда Веселинова
ГЪВКАВОТО ЛИДЕРСТВО – ФАКТОР ЗА УСПЕШНИ ПРОЕКТИ В ТУРИЗМА 462

Гл. ас. д-р Зоя Иванова
ФОРМИРАНЕ ПОВЕДЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ 468

Гл. ас. д-р Милен Динков
СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ.....475

Гл. ас. д-р Галя Георгиева, гл. ас. д-р Иван Маринов
ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ.....483

Гл. ас. д-р Тихомир Върбанов
ТЕОРЕТИЧНИ МОДЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ.....491

Гл. ас д-р Светослав Калейчев
ИДЕНТИФИЦИРАНЕ НА ПОЛОЖИТЕЛНОТО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ РОБОТИЗАЦИЯТА И ТУРИСТИЧЕСКИЯ МАРКЕТИНГ.....499

Ас. д-р Бойчо Бойчев
ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНСКИ СТРУКТУРИ В ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС 507

Доктор Веселина Портарска
МОДЕЛ ЗА УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НА РАЙОН РИЛА-ПИРИН, С ЛОКАЦИЯ БАНСКО 515

Докторант Александър Димитров
ПРЕДИМСТВА НА МОБИЛНАТА ТЪРГОВИЯ (M-COMMERCE) В СЪВРЕМЕННОТО ХОТЕЛИЕРСТВО.....525

Д-р Мирослав Кръстев, ас. д-р Калоян Цветков
ОЦЕНКА НА ПОТРЕБИТЕЛСКИТЕ НАГЛАСИ ПРИ ПОСЕТИТЕЛИТЕ НА НЕДВИЖИМИ КУЛТУРНИ ЦЕННОСТИ.....534

Докторант Кристина Георгиева
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПОЗИЦИОНИРАНЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ.....543

Докторант Йоана Огнянова
ВЛИЯНИЕ НА БРАНДИНГА НА КУЛИНАРНАТА ДЕСТИНАЦИЯ ВЪРХУ МОТИВАЦИЯТА НА ТУРИСТИТЕ.....551

Докторант Ирина Карадакова
ИЗМЕРЕНИЯ НА ЛОЯЛНОСТТА В ТУРИЗМА.....557

Докторант Ивайло Иванов
АКТУАЛНИ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА ХОТЕЛСКИТЕ ОНЛАЙН РЕЗЕРВАЦИОННИ СИСТЕМИ.....566

Докторант Нина Костадинова
ЛИДЕРЪТ – КЛЮЧОВ ФАКТОР ЗА ЕФЕКТИВНОСТ НА ЕКИПНАТА РАБОТА В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ.....575

ПРАВНИ, ИСТОРИЧЕСКИ И КУЛТУРНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ТУРИЗМА

Проф. д-р Таня Парушева
ОПАЗВАНЕ И СЪХРАНЯВАНЕ НА РЕСУРСИТЕ НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ ЗА БЪДЕЩЕТО.....583

Доц. д-р Тихомир Личев
РАЗВИТИЕ НА КУЛТУРНИЯТ И КУЛТУРНО ПОЗНАВАТЕЛЕН ТУРИЗЪМ ПО ДУНАВСКОТО КРАЙБРЕЖИЕ.....589

Доц. д-р Милена Стоянова, доц. д-р Ивайло Владев
СКАЛНИТЕ МАНАСТИРИ В СЕВЕРОИЗТОЧНА БЪЛГАРИЯ КАТО ТУРИСТИЧЕСКИ ОБЕКТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КУЛТУРЕН И РЕЛИГИОЗЕН ТУРИЗЪМ.....597

Доц. д-р инж. Стойна Цвяткова, маг. Емилия Маринова
ПОТРЕБИТЕЛСКО ТЪРСЕНЕ И НЕОБХОДИМОСТ ОТ СЪЗДАВАНЕ НА ИНОВАТИВЕН МОДЕЛ ЗА ИНТЕГРИРАН ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ В СВИЩОВ, С ЕЛЕМЕНТИ НА КУЛТУРЕН, ДУХОВЕН И РЕЛИГИОЗЕН ТУРИЗЪМ.....605

Dr. Mahmoud Khalifa, Assoc. Prof
THE ANALYSES OF PUBLIC POLICIES FOR THE REVITALIZATION OF THE TOURISM SECTOR IN EGIPT AFTER THE 30th OF JUNE REVOLUTION....614

Д-р Константин Григоров
МЕСТНИ ОРГАНИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА И ТЕХНИТЕ КОМПЕТЕНЦИИ 620

ПРОСТРАНСТВЕНИ И ЕКОЛОГИЧНИ ВЪПРОСИ НА ТУРИЗМА

Проф. д-р Константин Калинков
ОСНОВА ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТЕРИТОРИЯТА НА БЪЛГАРСКИТЕ ЧЕРНОМОРСКИ КУРОРТИ 629

Доц. д-р Петя Иванова
УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА ЧРЕЗ РЕАЛИЗИРАНЕ НА ПРОЕКТИ 640

Доц. д-р Марина Николова
УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРСКИТЕ ЗАЩИТЕНИ ЗОНИ И ТЕРИТОРИИ 651

Доц. д-р Иван Килимперов, доц. д-р Красимир Александров
ВЪЗМОЖНОСТИ И ПРЕЧКИ ПРЕД РАЗВИТИЕТО НА СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ВИДОВЕ ТУРИЗЪМ НА ТЕРИТОРИЯТА НА ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН „ТРАКИЯ“ 658

Гл. ас. д-р Нели Веселинова, проф. д-р Веселин Бояджиев
ТУРИЗЪМ, РУРАЛИЗЪМ И ДЕМОГРАФСКАТА КАТАСТРОФА 664

Гл. ас. д-р Румен Недков
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА СВОГЕ 673

Гл. ас. д-р Явор Станев
РАЗВИТИЕ НА ИНДУСТРИАЛНИЯ СЕКТОР ПРЕЗ ПОГЛЕДА НА ЖИВУЩИТЕ В КРАЙДУНАВСКИЯ РЕГИОН 680

Докторант Иво Балевски
СЕЛСКИЯТ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ - ЕДНА РАЗЛИЧНА ГЛЕДНА ТОЧКА....686

Докторант Владо Божилов
ДОБРИ ПРАКТИКИ В „ЗЕЛЕНА“ ПОЛИТИКА В ХОТЕЛИЕРСТВОТО..693

ИЗСЛЕДВАНИЯТА И ПРЕПОДАВАНЕТО В ОБЛАСТТА НА ТУРИЗМА

Доц. д-р Александр Аверин
DIGITAL-СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ИНДУСТРИИ СПОРТА И ТУРИЗМА 703

Старший преподаватель Юлия Иванова
ОСОБЕНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА И ПРОДВИЖЕНИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ ТУРИСТКОГО ПРОФИЛЯ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ 711

Доц. д-р Ирена Емилова
МЕТОДЪТ „АНАЛИЗ НА СЛУЧАЙ“ ПРИ ПОДГОТОВКАТА ПО ДИСЦИПЛИНАТА „ЕКОТУРИЗЪМ И ИНФРАСТРУКТУРА“..... 719

Докторант Стилияна Басмаджиева
РАЗРАБОТВАНЕ НА МЕТОДОЛОГИЧНА РАМКА ЗА АНАЛИЗ НА МАКРОУПРАВЛЕНИЕТО НА ЗДРАВНИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ 724

Жилкова Ю. В., Макаренко З. В.
К ВОПРОСУ ОБ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ЗНАЧЕНИИ ЭКСКУРСИИ 734

СТУДЕНТСКИ НАУЧНИ ДОКЛАДИ

Магистър Невена Руменова Лясковa
МУЗЕИТЕ НА ВЕЛИКО ТЪРНОВО - ОТ МИНАЛОТО ДО НОВОТО ХИЛЯДОЛЕТИЕ..... 749

Бакалавър, Анжелина Василева
РАЗКРИВАНЕ НА ПОТЕНЦИАЛ ЗА ТУРИСТИЧЕСКИ АТРАКЦИИ В ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧНИТЕ И КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИ ДАДЕНОСТИ НА ГРАД СВИЩОВ 755

Студент Петя Костова
ИКОНОМИКАТА НА ПРЕЖИВЯВАНИЯТА И НЕЙНОТО ВЪЗДЕЙСТВИЕ ВЪРХУ ТУРИЗМА 762

Студент Фелия Попова
ПРИЛОЖЕНИЕ НА ДИГИТАЛНИЯ МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМА..... 769

Студент Марта Лазарова
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВИ В ТУРИЗМА..... 776

МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНОПРАКТИЧЕСКА
КОНФЕРЕНЦИЯ

ТУРИЗМЪТ В НОВОТО ХИЛЯДОЛЕТИЕ – СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ

Свищов, 11-12 октомври 2019 г.

Сборник с доклади

Конференцията е посветена на 10-годишнината от създаването на специалност „Икономика на туризма“ в Стопанска академия „Д. А. Ценов” – Свищов

ISBN 978-954-23-1764-7

Издателство и печат: Академично издателство „Ценов”
Свищов, ул. Градево № 24

ИНОВАЦИИТЕ В НОВИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ СВЯТ

Снежана Иванова[1], Александрина Енева[1]
Катедра Хранене и туризъм, Стопански факултет
Университет по хранителни технологии, Пловдив

Резюме: *Изследвани са новите технологични приложения, повишаващи оперативната ефективност на мобилните устройства, като доставчикът на услугата/продукта е в постоянен контакт с туриста. Офертите към него са персонализирани, насочени и директно предлагани. В разработката са разгледани Urban Sleuth –интерфейс, приложението на Street Museum, разработено от Thumbspark Limited, предлагащо на потребителите възможността за визуализация на град Лондон на различни места в историята. Разгледана е философията на iwalk.bg с цел да бъде анимирана туристическата карта с различни обекти и с цел за усещане на динамика, модерност и атрактивност.*

Ключови думи*: Смарт туризъм, мобилност, интерфейс, интерактивна техника, артефакти, туристическа индустрия*

1. Въведение

Темата за влиянието на иновациите и трансформациите в туризма е комплексна и всеобхватна. В литературата има много публикации и изследвания, които са посветени на иновациите и са основата на конкурентоспособността в туристическата индустрия. Новите технологии променят туристическата индустрия правейки възможно предлагането на персонализирани услуги (Moscarado G., 2010). Туристът на бъдещето означава повече интерактивност на всички нива на комуникацията си и индивидуализирани услуги от избор на пътуване или реакреативна почивка с хотелска резервация, регистрация по време и след почивката. Той е склонен да споделя лична информация в различни граници. Към настоящият момент се използват технологични приложения, които функционират самостоятелно или са интегрирани в единна управленска система, която повишава оперативната ефективност. Водещи предимства има използването на мобилните устройства с това, че доставчикът на услугата или туристическият продукт е в постоянен контакт с туриста (Gretzel U., 2015).

Иновационните технологии подобряват стратегическата позиция на туристическите предприятия в туристическата дистрибуционна система. Бъдещето на туристическия отрасъл е немислимо без реализиране на информационни и комуникационни стратегии като: развитие на уебсайт с удобен интерфейс, използване на социални медии, свързване с уеб търсачки за пътувания и различни видове алтернативен туризъм, рекламиране на промоционални оферти и паушални пътувания (Liburd J., 2005).

Сред очакваните новости в световния туристически бизнес намира приложение масовото внедряване на компютърни 3 D – турове с маршрутна програма и предлагане на хотели и апартаменти чрез които потенциалният клиент може предварително да се запознае с маршрута на пътуването и да получи визуална представа за местата за настаняване (хотели, мотели, вили, къщи за гости и други). Благодарение на разработените приложения гостите на хотелите могат да разглеждат произведения на изкуството, представени на специални екрани, интерактивни галерии до които масовите туристи нямат достъп (Милева, 2018).

2. Раздел – Интелигентен туризъм

Интелигентният туризъм е феномен и се основава на smart технологията. Интелигентния туризъм е пряко разширяване на електронния туризъм. Разликата, е че интелигентната технология позволява нови нива на свързаност, включително връзки между физически обекти. Прилагането на интернет е осезаема цел за проекти свързани с ново поколение туризъм. Интегрирането на уеб структурата с физическата инфраструктура е определяща характеристика. В този аспект се отбелязва отклонението от електронния туризъм, който е насочен към свързване на бизнеса с потребители и потребители с потребители чрез интернет, събиране на информация, предоставяне на информация и възможност за търсене, както и улесняване на електронните транзакции (Peters M. Dr. 2006). Ефективността и устойчивостта са критични фактори за развитие на smart градовете. Базата данни, сензорите, вградени в градската инфраструктура и обществения транспорт, комуникационните услуги, безжичната Wi–Fi и мобилната връзка са от основно значение за развитието на технологичните приложения в рамките на технологичните градски рамки. Общата цел на всички участници в интелигентната туристическа екосистема е наличието на обогатен, високостойностен, смислен и устойчив опит в туризма. Системите за интелигентен туризъм предоставят възможност за обратна връзка, спомагаща

за отстраняване на проблеми и за устойчиво развитие предизвикващо степен на удовлетвореност на всяка заинтересована страна (Richard, 2015).

2.1. „Добавена реалност“ (AR) – технология и нейното приложение в туризма

Компютърната графика и анимация през последните години се развива с голям възход, продиктувани от иновативната технологична индустрия. Технологията „Добавена реалност“ (Augmented reality -AR) осъществява линията между реално съществуващото и компютърно генерирането, подобрявайки осезаемостта и чувството на възприятията. Основната идея на AR – технологията е да постави графични и аудиоелементи върху реално съществуващата среда в реално време (Zamani E., 2012). Това се прилага при виртуалните реклами от различни телевизионни компании. При смарт телефоните, технологията „добавената реалност“ се прилага с приложение, което търси маркер, обикновено черно – бял бар код. След като идентифицира маркера, приложението наслагва върху него 3D обект. Използвайки камерата на телефона, за да следи относителното положение на устройството и маркера, потребителят е в състояние да се разхожда и разглежда предмета от всички ъгли (Gretzel U., 2015).. Най-популярни в момента са приложенията, съчетаващи едновременно GPS и информация за локациите в реално време. Те работят на принципа на Google Maps, показващи възможния път до мястото, до което иска да стигне туриста. За разлика от популярното навигационно приложение обаче, те правят това, използващи реалната среда.

Olsson & Väänänen-Vainio-Mattila (2011) твърдят, че AR устройствата имат потенциала да заменят туристическите пътеводители и да станат следващо поколение персонализирано ръководство, защото услугата придобива все по-голяма популярност в сектора на услугите в целият свят.

На основа на изследванията на Yovcheva et al., (2012) се доказва, че ефективността на AR заявките са необходими следните условия:

- осигурен достъп до информация, основана на местоположението, свързана с непосредствената околност на потребителя;
- променливо съдържание, което е своевременно актуализирано или обективна транспортна информация;
- предоставяне на текст, видео или изображения за даденото място;
- интерактивни пояснения интегрирани с картографски услуги и допълнителна информация.

Понастоящем малко проучвания изследват използването на за подобряване и увеличаване на устойчивостта му. Том Хол, редактор на Lonely Planet Travel (Chillión, 2014) доказва, че „Augmented reality“ технологията доставя на потребителите нов маршрут за достъп до информация за пътувания и показва нови места и забележителности, които са труднодостъпни. AR технологията е предназначена за туристи, които максимално да се възползват от конкретната туристическа дестинация и от ограниченията на времето (Cranner, 2018).

2.2. Препятствия пред технологията „AR“

За пълното използване потенциала на „AR“ технологията съществуват определени трудности. Първо липсва оперативна съвместимост между мобилните платформи и приложенията не могат да се използват за всички операционни системи. Освен това AR приложенията в туристическия сектор най - често изискват интернет връзка. Очевидно това е възможно чрез Wi-Fi или 4G. Не всички градове, местности и области са покрити с Wi-Fi мрежи, предлагащи безплатна интернет връзка, а таксите за роуминг на 4G все още представляват значителен разход за много туристи. Необходимо е да се разработи междуплатформена рамка, която да е от полза на разработчиците, доставчиците на услуги и на потребителите. Докато връзката с интернет ще е винаги необходима за допълнителни цели на свързване или за изтегляне на външно съдържание, офлайн мобилните AR приложения са все още жизнеспособно решение. Тези решения позволяват на потребителите да избягват допълнителните такси от персонализирания, интерактивен и подобрен туристически опит (Nurse, 2017).

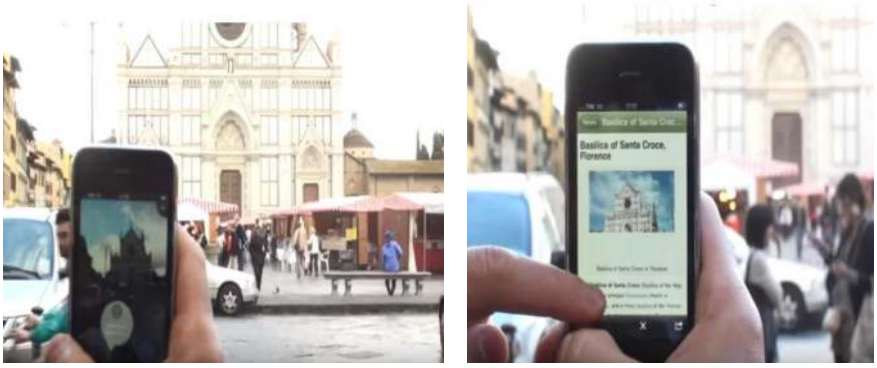
2.3. Туристически приложения на базата на AR технология

Приложенията за смарт телефони започват да използват AR технология през 2009 година с цел добавяне на съдържание и развлечения към физическите места, гледани от камерата на телефона. Разработени са приложения въз основа на налични рамки и инструментариуми на основата на изследователски проекти, като някои от тях се предлагат на туристическия пазар.

2.3.1. Приложение - Tuscany +

Тоскана предлага първа от тези приложения, създадени специално за сферата на туризма като „интерактивно ръководство в реално време“, предназначено да подобри преживяването на посетителите. Tuscany + е първото AR приложение, специално разработено за регион Тоскана от Fondazione Sistema Toscana, работещо като дигитален

туристически пътеводител. Информацията се взима от интернет източници, като например от Google Maps, Уикипедия и официалният портал на региона. Предоставя туристическа информация на италиански и английски език относно настаняване, изхранване, разглеждане на забележителности и градския нощен живот – заведения за хранене и развлечения, кафе – сладкарници и барове (Botti, 2018).



Фиг. 1. Tuscany+ - интерфейс в режим на работа
[youtube.com/toscany+app]

2.3.2. London AR Guide

Първото мобилно приложение е разработено от студент по информатика Кларенс Джи в Кинг, Лондон. То е предназначено да помогне на туристите в столицата да идентифицират значими забележителности в близост, около тях, докато са на обиколка в града. Той



Фиг. 2. London AR Guide – интерфейс,
[https://spotlight.kcl.ac.uk/2017/02/07/app-augmented-reality-london-tourists/]

използва технологията добавена реалност, за да покаже на посетителите различните туристически обекти, предоставяйки също така и информация за тях. Чрез комбиниране на технологията GPS и 4G, RideLDN се стреми да бъде евтин начин за насочване на посетителите към Лондон. Приложението RideLDN е пуснато в експлоатация през юли 2017 г. (Botti A., „Social innovation in Smart Tourism systems", Salerno, University of Salerno, 2018).

2.3.3. Urban Sleuth

Urban Sleuth е проектиран като приключенски софтуер. в който участват потребители стремящи се да решават мистерии и да изпълняват мисии пътуващи из града, които се конкурират помежду си или в отбори. Чрез приложението, реалният свят се смесва с виртуалните „мисии". Те са проектирани така, че участниците да могат да открият културни забележителности и исторически паметници (Botti A., 2018).



Фиг. 3. Urban Sleuth –интерфейс,
[http://www.148apps.com/app/300121717/]

2.3.4. Street Museum

Приложението Street Museum е разработено от Thumbspark Limited специално за нуждите на Лондонския музей. То предлага на потребителите възможността да се визуализира град Лондон на различни места в историята. Туристите могат да насочват камерата на своя мобилен телефон към съвременните улици и на екрана се появяват исторически снимки от колекцията на музея, насложени върху реалния им изглед с допълнителна информация достъпна чрез информационни бутони. Street Museum предлага и пътеки, в които туристите могат да

проектират маршрута си предварително и да се запознаят с историята на града (Botti A., 2018).



Фиг. 4. Street Museum-интерфейс**,**
[http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2567739/Streetmuseum-app-creates-hybrid-images-London.html]

2.3.5. I walk.bg

Философията на iwalk.bg е да бъде, от една страна – анимирана туристическа карта с различни обекти, и от друга страна - усещане за динамика, модерност и атрактивност. Множеството пътеводители, карти и рекламни материали, които туристите могат да си закупуват, често не са достатъчно актуални. Братята Димитър и Ивайло Игнатови са потърсили решение на този проблем. Освен легенди и интересни



Фиг. 5. Интерфейс на iwalk.bg
[http://iwalk.bg/#]

истории, в сайтът ще се въвежда и разказва за български национални ястия, традиции и ярки личности, за които няма достатъчна информация (http://iwalk.bg).

Fino, E. R. at al., (2013) представят в тяхна статия проектирането и изпълнението на туристически справочник, използвайки комбинация от три технологии за посещение на най-малко два маршрута в град със световно историческо наследство. Приложенията им се основават на разширена реалност, което ще показва на потребителите, съдържащо 3D анимации с определени маршрути през града показващо всички исторически сгради. Творческия колектив моделира и изобразява най-емблематичните сгради, след което организират пешеходна обиколка до историческия обект и вътре в него, показват информацията, имайки предвид интереса на потребителите към културния туризъм и въздействието му върху градовете със световно историческо наследство.

2.3.6. Интерактивен музей на индустрията, гр. Габрово

Образователните богати посещения и ангажираността на посетителите също са едни от най-големите важни фактори в туристическата индустрия и AR има огромен потенциал за активно включване на туристите в изучаването и преживяването на различни музейни изложения и артефакти, както никога досега. Напоследък се прилагат интерактивни техники за цифрово разказване на истории за музейните изложения, за да се увеличи техния образователен потенциал (Yovcheva Z., 2016). В град Габрово за първи път в България е реализиран такъв проект, като традиционните културни символи и съвременни технологии обединяват усилия в един уникален по своята същност и без аналог музей. Интерактивният музей на индустрията въвлича посетителите си посредством иновативния си подход и възможностите на модерните технологии в пътешествие през времето, превежда ги през различни исторически епохи, разкрива пред очите им с тяхното дейно участие вълнуващи моменти от историята на този емблематичен български град. Тук гостите преживяват историята чрез всички свои сетива, изправяни пред неочаквани предизвикателства и оставени сами да контролират своето участие в нея, да се връщат назад във времето, да удовлетворят докрай своето любопитство, да се пренесат в далечни епохи, да се запознаят с велики личности и с техните постижения. Експозициите, инсталациите, информационните табла и съоръжения в музея имат за цел всеобхватно да въведат посетителите в развитието на индустриализацията на Габрово от средата на XIX век до съвременността (http://new.gabrovo.bg/visit.gabrovo.bg/BG/).



Фиг. 6. Интерактивен музей на индустрията, гр. Габрово
[личен фото материал]



Фиг. 7. Интерактивен музей, гр. Габрово
[личен фото материал]

Заключение

След направеното проучване достигаме до заключението, че връзката между туризма и областта на природното и културно наследство е от изключително значение и ключово за реализиране на устойчивото развитие.

Добавената реалност ще се затвърждава като новаторски инструмент на устойчивият туризъм, защото изпълнява всички 3 аспекта в неговата основа като околна среда, социална култура и икономика. Следователно, AR се разглежда като потенциален метод за осигуряване на дълбочина на информация насочена към туристите, без да се засяга околната среда чрез използване на виртуалното пространство.

В страна като България, където туризма има висок растеж и икономиката е пряко свързана с него, има нужда от такива типове технологии, които да я придържат успешно към устойчивата концепция, превръщайки я в привлекателна дестинация за съвременното поколение пътешественици.

ЛИТЕРАТУРА

Милева С., „Иновационни стратегии и иновации в туризма", София, СУ „ Св. Климент Охридски", научна статия, 2018.

Тодоров, Г. Изкуствен интелект. Издателство „Фабер", 2005. ISBN 954-775-428-9.

Eulalia Rodríguez Fino, Jorge Martín-Gutiérrez, M. Dolores Meneses Fernández, Enrique Armas Davara. (2013). Interactive Tourist Guide: Connecting Web 2.0, Augmented Reality and QR Codes. Procedia Computer Science 25 (2013) 338 – 344. Available online at www.sciencedirect.com. 2013 International Conference on Virtual and Augmented Reality in Education.

Botti A. , „Social innovation in Smart Tourism systems: How technology and Institutions Shape, Sustainable Value Co-Creation", University of Salerno, 2018.

Cranmer E., „How can tourist attractions profit from AR?", Manchester university, Manchester, 2018.

Gretzel U., „Smart tourism: foundations and devolopments", University of St.Gallen, 2015.

Moscarado G., Tourism and Generation „Y" ", University of Oxford, Oxford, 2010

Liburd J., „Sustainable tourism and innovation in mobile tourism services", University of Sothern Denmark, Denmark, 2005
Nurse J., „ToARist: an Augmented Reality Tourism", University of Oxford, Oxford, 2017
Peters M. Dr., „Innovation in tourism" , University of Innsbruck, Austria, 2006
Smith R., „Smart Tourism", Breda University of applied sciences, 2015
Tomicic I., „Augment Reality in Tourism- Research and application overview", University of Zagreb, Croatia, 2017
Yovcheva Z., „Augment reality in tourism- 10 unique application explained", Bornemouth University, Bornemouth, 2016
Zamani E., „Enhacing the tourism experience though Mobile AR: Challenges and prospects", Athens University of Economics and business, Greece, 2012

Интернет източници
http://new.gabrovo.bg/visit.gabrovo.bg/BG/?page_id=2588 [01.05.2018,13:45 h.]
http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheskidokumenti/aktualizirana-nacionalna-strategiya-za-ustoychivo-razvitie-na [03.05.2018,14:15h.]
http://blog.prozrachniplanini.org/какво-му-е-устойчивото-на-устойчивия-тур/ [28.04.2018,12:00 h.]
http://blog.variousbits.net/2010/08/20/q-and-a/[04.05.2018,16:12 h.]
https://www.museumsandtheweb.com/mw2011/papers/augmentedreality_and_the_museum_experience [06.05.2018,20:45 h.]
https://www.myswitzerland.com/en/city-guide-basel-app.html 08.05.2018, 19:19 h.]

[https://spotlight.kcl.ac.uk/2017/02/07/app-augmented-reality-london-tourists/]
[http://www.148apps.com/app/300121717/]
[http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2567739/Streetmuseum-app-creates-hybrid-images-London.html]
http://iwalk.bg
http://new.gabrovo.bg/visit.gabrovo.bg/BG/?page_id=2588
[youtube.com/toscany+app]

РЕСУРСИТЕ НА СОЛЕНИТЕ ЕЗЕРА В АКВАТОРИЯТА НА БУРГАС И РОЛЯТА ИМ В РАЗВИТИЕТО НА АЛТЕРНАТИВНИ ВИДОВЕ ТУРИЗЪМ

Доц. д-р Катя Илиева, Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас, Колеж по туризъм

Резюме: *Алтернативният туризъм възниква в отговор на променящите се индивидуални потребности на потребителите, мислещи по различен начин за събития, които планират да се реализират в живота им във време, което са определили като свободно или като време за ваканция, за лечение и релаксация, за самоопознаване, обучение и др. Целта на доклада е да се анализират природните и антропогенни ресурси на солените езера в региона на Бургас и тяхната роля в развитието на алтернативни туристически продукти. Изследването е фокусирано и върху специфичните характеристики на локални ресурси като: морската сол, лечебната лиманна кал, медицинската луга, езерната рапа, уникалното биоразнообразие и др., които имат съществена роля във формирането на мотивацията и на решенията за туристическо пътуване в региона.*

Ключови думи*:Туристически ресурси, алтернативен туризъм, Бургас, солени езера*

1. Въведение.

Търсенето на алтернативни възможности за реализация на свободното време и ваканция е тенденция, която съпътства решенията на съвременния човек в стремежа му да открие различната среда, условията, ресурсите, тероара, емоциите, ползите от пътуването и присъствието на определено място, всичко, което да удовлетворява стремежите му към съчетаване на почивката с удовлетворяване на специфични желания и потребности.

Изследванията на редица автори (Ракаджийска, 2015; Дъбева, 2013; Парушева, 2010; Казанджиева, 2014; Димитрова, 2015) констатират, че през последните години се забелязва тенденция към индивидуализация на туристическото потребление и туристическите продукти, като се регистрира стремеж туристическата индустрия от инду-

стрия на услугите да се трансформира в индустрия на преживяванията.

Алтернативните форми на туризъм възникват вследствие на търсенето на видове туризъм, различни от масовия и с различно икономическо, социално и културно въздействие (Cohen, 1987), които налагат разработка на нови модели за развитие на туризма и туристическата практика с нова философия на потреблението, взаимодействие с околната среда и местните общности, по-устойчиви и по-етични модели (Theng, Qiong &Tatar, 2015; Prince & Ioannides, 2017).

Несъмнено алтернативните форми на туризъм в наши дни предоставят тази възможност, поради изключителната всеобхватност на концепцията и възможностите, които предлага този вид туризъм (Macleod, 2005).

Във връзка с развитието на алтернативните форми на туризъм Маринов & Копринаров (2010) подчертават, че осъществяването и развитието на туризма се свързва с определени места, към които се формира туристопоток. Териториално фиксираните цели на туристическите пътувания зависят от наличието и степента на изява на определени местни условия. От гледна точка на туристическото предлагане от определен тип и с определена структура, вътрешните за дадено туристическо място условия следва да се разглеждат в две категории:

Първата категория включва т.нар. „естествени източници“ на предлагането, които превръщат определена територия в привлекателна за туристите и играят ролята на инициатори за възникването на конкретна туристическа дестинация. Те са и естествен ограничител на комерсиализацията на туристическото място.

Като предпоставка за алтернативност на туристическа дестинация са необходими и местни производни условия. В първата група авторите включват организационните и управленски предпоставки, въз основа на които се институционализират и осъществяват туристическото развитие и комерсиализацията на туристическото място. Втората група е материално-техническата среда, чрез която се реализира пълноценното пребиваване на туристите – инфраструктура, туристическа суперструктура, спортни и развлекателни съоръжения, социална инфраструктура и др.

2. Специфика на ресурсите на солените езера в акваторията на Бургас

Природните и антропогенните туристически ресурси са външно обусловени елементи на природната (естествената) и социалната

(антропогенната) среда, които определят целта и мотивацията на туристическото потребление и образуват сърцевината на туристическия продукт (Нешков, Маринов & Казанджиева, 2014).

Поради географската си локация, регионът на Бургас предоставя всички необходими възможности за развитието на морски рекреативен туризъм, като същевременно притежава и изключителен потенциал за развитие на своеобразни алтернативни форми.

Акваторията на Бургаския залив е заета от три значителни за развитието на туризма езера: Атанасовско, Мандренско и Бургаско езеро (Вая), които заедно с Поморийското езеро образуват най-големия комплекс от крайморски езера в България. Водните ресурси на Община Бургас са както важен природен ресурс, така и предпоставка за развитие на морски и лечебен туризъм в Общината, заедно с наличието на сероводородна кал, минералните води и морето, както и уязвими еко системи[1].

2.1. Бургаското езеро, Езеро „Вая“

Бургаското езеро "Вая" е най-голямото естествено езеро в България с площ от 28 km^2 и представлява открит лиман с постоянна връзка с морето чрез пясъчна коса. Част е от Бургаския езерен комплекс, характерен с влажните зони за концентриране на водолюбиви птици по нашето Черноморие. Цялото езеро е част от екологичната мрежа "Натура 2000"[2].

Районът на езерото е естествено местообитание на над 245 вида птици, от които 71 са включени в Червената книга на България. Езерото Вая е единственото място в страната, където се концентрира до 7% от Черноморската популация на тръноопашатата потапница и е едно от най-важните места в Европа за опазването на гнездящия тук малък воден бик. През 1989 г. езерото е обявено от Bird Life International за орнитологичен район, а през 2003 г. – за Влажна зона с международно значение, съгласно Рамсарската Конвенция[3].

Вая е езеро от международно значение за зимуването на много водолюбиви птици като малкия корморан, пойния лебед, голямата белочела гъска, кафявоглавата и качулатата потапница. Тук се наблюда-

[1] Община Бургас (2014). Общински план за развитие на Община Бургас за периода 2014-2020 г. Бургас, с.20

[2] Община Бургас (2014). Общински план за развитие на Община Бургас за периода 2014-2020 г. Бургас, с.20, www.gotoburgas.com, www.burgas.bg,

[3] http://visitburgas.org/bg/burgaskite-ezera/

ват и световно застрашени видове като къдроглавия пеликан и червеногушата гъска[4].

Тъй като езерото се намира на миграционния път Via Pontica е една от най-важните станции при прелета на птиците по Българското Черноморие.

Еко зона „Вая“ е част от Бургаското езеро, като представлява интерес за любители рибари и орнитолози. Зоната разполага с четири пристана, които имат подвижна част във водата – плаващ понтон, свързан със стационарен кей на брега. За лодкарите има функционален хелинг, който осигурява достъп на гумени и малки лодки. Има и възможност за плаване с каяк сред живописната природа[5].

2.2. Езерото „Мандра“

„Мандра“ е най-южното от Бургаските езера, което след построяването на язовирна стена се превръща в най-голямото и дълбокото езеро от Влажните зони на града. Дължината му е 8 km, а максималната ширина - 1,3 km. Разположено е в добре оформена речна долина, ориентирана напречно на морския бряг. В езерото се вливат четири реки[6].

До 1934 г. езерото се запазва в естествения си вид, но след корекции на реките са построени диги за предотвратяване на пролетните наводнения. Основната промяна на езерото е през 1963 г. с построяването на язовирна стена, което увеличава площта му около 4 пъти. По този начин се прекъсва връзката на езерото с морето и то става изцяло сладководно.[7]

Крайбрежието на „Мандра“ обхваща най-северните склонове на Странджа. Те се отличават с характерна горска растителност – циклами, див божур, снежно кокиче, минзухари[8].

На езерото и крайбрежието са установени над 250 вида птици. От тях застрашени като вид са малкият корморан, къдроглавият пеликан, червеногушата гъска, тръноопашатата потапница, ливадният дърдарец (до 10 екз.). Най-значимото място за гнездене на птиците е

---

[4] http://visitburgas.org/bg/burgaskite-ezera/

[5] Община Бургас (2014). Общински план за развитие на Община Бургас за периода 2014-2020 г., www.burgas.bg

[6] Община Бургас (2014). Общински план за развитие на Община Бургас за периода 2014-2020 г.
https://www.burgas.bg/uploads/420728ff5d6e4c378b8e4bf1f7743829.pdf;
www.saltoflife.biodiversity.bg;

[7] http://visitburgas.org/bg/burgaskite-ezera/

[8] https://bg.wikipedia.org/ wiki/Мандра_(язовир)

местността „Пода“, крайбрежните ливади и пясъчните брегове – за синявицата, пчелояда, червения ангъч и др. Зимните концентрации на кафявоглавата и качулатата потапници, на пойния лебед и малкия лебед са най-високи за страната и на второ място по отношение на голямата белочела гъска и червеногушата гъска. Поради този факт езерото „Мандра“ е орнитологично важно място с европейска значимост. От бозайниците в района най-добре са запазени популациите на видрата и белката. Друга ценност на езерото са рибните му запаси и водоплаващият дивеч. Общо в езерото са установени 5 вида риби от Червената книга на България[9].

2.3. Атанасовско езеро

Атанасовското езеро е разположено в северната част на Бургас. Пътят Бургас – Варна разделя езерото на две – северната част е с лиманен характер, а южната е лагуна. Общата площ на езерото е 1690 ha, дълго е около 9 km, широко 4,3 km. Естествените крайбрежни местообитания са превърнати в солници през 1906 г. Водното огледало е разделено на басейни с различна големина с помощта на диги и валове. Средната му дълбочина е около 30 cm, а водите му са свръхсолени. Добивът на сол (около 40 000 t годишно) се извършва по традиционен начин, който е щадящ за околната среда и не се отразява отрицателно на обитателите на резервата Ценни природни ресурси са лечебната кал и лугата[10][11].

Северната част на Атанасовско езеро е поддържан резерват за опазване на уникални местообитания на животински и растителни видове и съобщества. Южната част е защитена местност „Бургаски солници“ и представлява бившата буферна зона на резервата[12].

Атанасовското езеро е най-богатото на птици място в България (333 вида) и е разположено по миграционния път Via Pontica. По време на есенната миграция могат да се наблюдават стотици хиляди бели щъркели, пеликани и грабливи птици. Цялото езеро е защитена територия и Натура 2000 зона[13].

---

[9] https://bg.wikipedia.org/ wiki/Мандра_(язовир)

[10] http://visitburgas.org/bg/burgaskite-ezera/

[11] Община Бургас (2014).Община Бургас (2014).Общински план за развитие на Община Бургас за периода 2014-2020 г. https://www.burgas.bg/uploads/420728ff5d6e4c378b8e4bf1f7743829.pdf, с.20

[12] Община Бургас (2014).Община Бургас (2014).Общински план за развитие на Община Бургас за периода 2014-2020 г., с.21; https://www.burgas.bg/uploads/420728ff5d6e4c378b8e4bf1f7743829.pdf

[13] http://visitburgas.org/bg/burgaskite-ezera/

През 2001 г. на брега на южната част на езерото е изградено и функционира „Укритие за наблюдение на птици“[14].

В района се срещат и бозайници: видра (със статут на световно застрашен вид), дива котка, полевка, етруска земеровка и др.

Атанасовското езеро е едно от най-богатите от орнитоложка гледна точка места в България. Тук, на сравнително малка територия, се наблюдават над 70% от всички видове птици, които се срещат на територията на страната. Установени са над 300 вида птици, от които 12 са обявени за застрашени от изчезване в световен мащаб, като къдроглавия пеликан, малкия корморан и др. От птиците, които гнездят на територията на Атанасовското езеро, 17 са включени в Червената книга на България: речна рибарка, средиземноморска чайка и др.[15].

„Пътеката на солта“ обхваща 820 m от велоалеята Бургас – Черноморски солници – Бургас в района около езерото[16]. По данни на Българската фондация „Биоразнообразие“ през август, 2018 г. повече от 4700 души на ден посещават Пътеката в района на Атанасовското езеро.[17]

2.4. Природните продукти на солените езера.

В южната част на Атанасовското езеро е разположен най-големият „СПА център“ на открито в страната[18]. За лечение се използват басейни с черноморска луга и лечебната кал, добивана на място.

Лечебната лиманна кал е утаечен продукт на затвореното солено езеро. Тя е хомогенна, с тъмносив до черен цвят и мирис на сероводород. Съдържа неорганични съставки като силикати, пясъци, гипс, железни и алуминиеви съединения, различни хидроокиси и соли. Този състав се формира с хилядолетия от гниенето на едноклетъчни организми, водорасли, риби, раци, миди. Един сантиметър лечебна кал се образува за около 10 години (Владева & Христов, 2015).

Езерната рапа (езерна вода) се добива от езерата Атанасовско, Бургаско и Поморийско. Тя с химичен състав близък до течната фаза на калта и морската вода, с повишена минерализация, покриваща лечебната кал и с много добър терапевтичен ефект. Медицинската луга е природен продукт от Бургаските лиманни езера. Получава се в

---

[14]Пак там

[15] http://visitburgas.org/bg/burgaskite-ezera/; www.saltoflife.biodiversity.bg

[16] https://www.gotoburgas.com/bg/places-to-go/view/17

[17] http://www.bta.bg/ bg/c/BO/id/1862450

[18] http://visitburgas.org/bg/burgaskite-ezera/;
https://www.gotoburgas.com/bg/places-to-go/view/17

резултат на солодобива след изпаряване и концентрация на солите в езерната вода. Притежава силно изразени таласотерапевтични свойства (Попова&Борисова, 2015).

В продължение на хилядолетия, морската сол е естествен елемент в храненето на човека и в поддържане на здравето и жизнената му енергия. В Черноморските солници в България морска кристална сол се добива чрез слънчево изпарение на морска вода по фокински метод, характеризиращ се с еднократно събиране на произведената продукция. Суровината, която се използва за добив на сол е водата на Черно море. Нейната соленост е 1,8 %, а съдържанието на готварската сол е от порядъка на 13 g./l.[19]

Морската сол съдържа всички необходими химически елементи (64 на брой), които регулират снабдяването на клетките с нутриенти, формират клетъчните мембрани, подобряват предаването на нервните импулси, регулират хормоналния обмен и др.[20]

Изводи и заключение

Проведеното изследване доказва, че ресурсите на солените езера в акваторията на Бургас предоставят уникални възможности за алтернативни видове туризъм: природолюбителски, орнитоложки, здравен, хоби-туризъм, фототуризъм, екологичен**,** туризъм по специални интереси, приключенски и др., поради което са обект на постоянен посетителски и професионален интерес. Това се определя от съвкупността от различни по значение фактори:

- Специфичната географска локация на езерата на територията на Бургас, град с много добра транспортна достъпност по суша, вода и въздух, с изградена транспортна, търговска, логистична и социална инфраструктура, както и с разнообразна туристическа суперструктура;
- Бургас е известен морски туристически център с интензивно социално-икономическо развитие, с организирана икономическа, политическа и обществена система, наличие на общински и частни институции, НПО, работещи в сферата на туризма, място за провеждането на делови форуми и събития, които са фактор за бъдещото развитие на езерата като туристическа атракция;
- Местният климат е благоприятен, характерен за географското местоположение, което определя богатото биоразнообразие и наличието на уникална за България флора и фауна. Налице е живописен

[19] http://www.saltfactory-bourgas.com/infobg/58

[20] Пак там

ландшафт с уникални пейзажи, които допринасят за екзотиката и атрактивността на езерата;

➢ Развитието на различни видове туризъм заема съществена част от Общинския план за развитие на Община Бургас и включените в него стратегически цели и задачи;

Изграждането на специфична инфраструктура, разработването на маркетингова стратегия и реклама, издигането на нивото на информационното обслужване и комуникациите са важен фактор за развитието на алтернативен туризъм, изграждането на позитивен имидж на дестинацията и привличането на свежи инвестиции. Тук следва да се отбележи и важната роля на Туристическия информационен център (ТИЦ) в Бургас. Обрешков (2017) изтъква ролята на ТИЦ в улесняване на престоя и повишаване на удовлетвореността на посетителите, стимулиране на икономическите дейности на туристическите предприятия с отговорност към опазване на природата и околната среда, създаване и поддържане на добронамереност на местното население към гостите.

Културно-историческото наследство, наличието на защитени територии и уникалното биоразнообразие, лечебните природни продукти са съществен елемент в оформянето на туристическата палитра на града.

Проблемите, съпътстващи развитието на алтернативен туризъм в акваторията на Бургас съществуват, комплексни са по характер, и са свързани преди всичко с опазване на природните дадености, биоразнообразието и намесата на човека в безполезното използване на ресурси. В съвкупен вид те са и предизвикателство пред Бургас и индустрията на гостоприемството сега.

ЛИТЕРАТУРА

Владева, Л., Христов, В. (2015). Физикохимична характеристика на лечебните пелоиди в България. *Списание на българското геологическо дружество*, год. 76, кн. 2–3, 2015, с. 123–132.

Димитрова, Р. (2015) *Интегриран риск мениджмънт в хотелиерските туристически предприятия.* Университет “Проф. д-р Асен Златаров”, Бургас, с.108-109.

Дъбева, Т. (2013). *Хотелиерски и ресторантьорски франчайзинг.* Варна, Изд.“Наука и икономика”, Икономически университет – Варна, с. 53.

Казанджиева, В. (2014). *Предизвикателства и алтернативи пред туристическите агенти в България.* Изд. "Наука и икономика", ИУ – Варна, с.88-89.

Маринов, Ст., Копринаров, Бр. (2010) *Алтернативен туризъм.* Бургас, Издателство „Диамант", Бургас, с. 12-15.

Нешков, М., Ст. Маринов, Ст. & В. Казанджиева, В. (2014). *Въведение в туризма.* Издателство "Наука и икономика"- ИУ – Варна, с.190-191.

Обрешков, И. (2017). *Организация и управление на туристически информационни центрове*. Пловдив, УИ "Паисий Хилендарски", с. 14.

Парушева, Т. (2010). Глобални тенденции в развитието на европейския туризъм. Сп. *"Икономически алтернативи",* брой 5, 2010, 9-20.

Попова, Г. & Борисова, Зл. (2015). Ефективност на поморийската лечебна кал и луга за подобряване на клиничните параметри и здравословно състояние на пациентите. *Списание „Управление и образование, том XI (5) 2015.* Университет „Проф.д-р Асен Златаров" – Бургас, с.78-83.

Ракаджийска, Св. (2015). *Характерни промени в търсенето и в предлагането на туристически услуги.* В: Сборник с доклади от юбилейна международна научна конференция "Туризмът в епохата на трансформация", посветена на 50-годишнината от създаването на специалност "Туризъм" в Икономически университет – Варна, Издателство "Наука и икономика"- ИУ – Варна, с. 41.

Cohen, E. (1987). Alternative Tourism—A Critique, *Tourism Recreation Research*, 12:2, pp.13-18.

Macleod, D. (2005). Alternative tourism: a comparative analysis of meaning and impact. In: Theobald, W. (Ed.) *Global Tourism*, 3-rd edition, London, ELSERVIER Butterworth–Heinemann pp.123-140.

Prince, S. and D. Ioannides. 2017. Contextualizing the complexities of managing alternative tourism at the community-level: A case study of a nordic eco-village. *Tourism Management 60 (2017), pp. 348-356.*

Theng S., Qiong, X. & Tatar, C. (2015). Mass Tourism vs Alternative Tourism? Challenges and New Positionings, *Études caribéennes* [En ligne], pp. 31-32.

Община Бургас (2014). Общински плн за развитие на Община Бургас за периода 2014-2020 г. Бургас, 2014 https://www.burgas.bg/uploads/420728ff5d6e4c378b8e4bf1f7743829.pdf

Интернет източници:

www.gotoburgas.com, www.burgas.bg, http://visitburgas.org/bg/burgaskite-ezera/https://bg.wikipedia.org/wiki/Бургаско_езеро,

https://bg.wikipedia.org/ wiki/Мандра_(язовир), http://www.saltfactory-bourgas.com/infobg/58; www.saltoflife.biodiversity.bg; http://www.bta.bg/ bg/c/BO/id/1862450