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

СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ПРОДУКТИ НА ТУРОПЕРАТОРИТЕ ПО ДЕЛОВИ И ХАЗАРТЕН ТУРИЗЪМ

Доктор Никола Гайдаров, УНСС
Докторант Ралица Георгиева, УНСС

Резюме: *Изследваната проблематика третира въпросите, свързани с диверсифициране на туристическото предлагане от гл.т. на номенклатурата на програмите на туристическите агенции, осигуряващи целогодишна заетост на туристическата база у нас. Съвременният потребител очаква да получи продукт, който удовлетворява комбинирането на няколко потребителски мотива за предприемане на пътуване. Актуалността на проблематиката се обуславя от изследването на добрите практики и предлагането на продукти, комбиниращи деловия туризъм с хазартния туризъм. Конструира се обща методологична рамка с инструментариум за изследване и оценка на подобни обекти в България.*

Ключови думи*: делови туризъм, казино индустрия, хазартен туризъм, комбиниран туристически пакет*

1. Въведение

Целта на настоящото изследване е да изведе необходимостта от създаване на специализирани туристически продукти, чрез моделиране на конкурентоспособни туристически пакети за провеждане на делови събития, комбинирани с удовлетворяване на мотива за изживяване в посещаваната дестинация.

Обект са специализирани места за настаняване, предлагащи организиране на делови събития и хазартен туризъм, предлагани в пакетни програми на туроператор.

Предмет е моделирането на пакетен продукт на туроператор по специализирани програми свързани с делови и хазартен туризъм.

Тезата цели да докаже, че предлагането на специализирани продукти от туроператорите по предварително идентифицирани и селектирани критерии и показатели, въз основа на проучване на опита на лидерите в MICE и казино индустрията, ще диференцира продуктовото им предлагане и ще повиши конкурентоспособността им. Доказването на целта, с разработване на модела с критерии и показатели,

както и оценката на обекти в България се осъществява, чрез извеждането на задачи като анализ на добрите практики в деловия и казино туризма, методологична рамка на изследване на специализирани обекти за делови мероприятия и хазартен туризъм, обособена чрез идентифицирани критерии и показатели за оценка и моделиране на специализиран делови и хазартен продукт на входящ туроператор въз основа на резултати от проучване.

Приносите (резултати) от изследването са свързани с разработване на модел, насочен към подпомагане работата на туристическите мениджъри по отношение на идентифициране и подобряване на параметрите при селектирането на доставчиците, както и внедряване на добрите практики в туристическия пакет.

2. Специфика на хазартния и деловия туризъм

Увеличаване обема на деловите пътувания в световен мащаб и развитието на събитийния туризъм налагат въвеждането на конкурентоспособна политика на туристическите агенции, насочена към комбиниране на услуги, удовлетворяващи повече от един потребителски мотив за предприемане на пътуване.

Деловият туризъм е в неразривна връзка с развитието на бизнеса – разрастването на международните бизнес отношения води до поголям брой пътувания, свързани с управлението им. Международните програми в обхвата на деловите събития влияят върху развитието на останалите видове туризъм – културен, спа, хазартен туризъм, което в голяма степен цялостно увеличава привлекателност на туристическите райони. В контекста на увеличаване дела на фирми с международни капитали и интернационалното сътрудничество, се появява необходимостта от развитие и обогатяване предлагането на делови продукти от туроператорите, чрез комбинирането им с услуги, потребявани в свободното време на бизнес туриста в посещаваната дестинация.

Стойността или привлекателността на един продукт или услуга все повече се основават на специфичните „изживявания“, които покупката или използването му ще донесат на потребителя. В контекста на икономиката на изживяванията, специализираните казино продукти на туроператорите са част от икономиката на изживяванията, тъй като техният мениджмънт и персонал предлагат туристически услуги, включващи събития, преживявания в резултат на участие в различни игрови дейности и забавления, емоции и спомени на своите клиенти. За целите на настоящото изложение приемаме няколко позиции, според които икономиката на изживяванията се свързва с изграждането

на устойчиво конкурентно предимство, с цел установяване на специфичен облик на продукта и дестинацията (Рибов, М., 2011). Изживяването е една добавена стойност към предложения туристически продукт при този тип потребление (Сулева, Д., 2010). В обектите или дестинациите с казино услуги гостите обикновено активно участват в повечето дейности, предлагани в пакета и се потапят в преживяванията, които се предлагат (Ianeva, M., Toncheva, T., Boycheva, Hr., 2015). При избора на доставчици за хазартния продукт изключително важно място заема подборът и селектирането на хотели, които са оборудвани и обзаведени, според потребителските очаквания, както и предлагат редица специализирани допълнителни услуги за времето на престоя на туристите. От тази гледна точка туроператорите проучват съответните стандарти, които са очаквани от клиентите и прецезират предлагането на комбинирани продукти (Yaneva, M., Gaidarov, N., 2017).

3. Методологична рамка на изследване на специализирани обекти за делови и хазартен туризъм

Моделът, прилаган в настоящото изследване включва обособяването на пет критерия със съответните показатели и характеристики към тях, изведени на основа на добрите практики по света, за оценка на специализирани обекти за делови и хазартен туризъм, с възможности за включването им в пакетен продукт на туроператора.

Обособените критерии и показатели са следните:

1. Природна и антропогенна ресурсна осигуреност, с показатели: атрактивна природна локация, историческа популярност на локацията, концентрация на обществено значими обекти.

2. Обща суперструктура и инфраструктура на обекта, с показатели: локация на хотела, екстериор на хотела (градини, наличие на голф игрища, на аквапарк, миниатюрни резервати) интериор на хотела (лукс, елегантност, сигурност, наличие на оборудвани бизнес центрове, галерии, бутици, СПА център, бални зали, ексклузивни клубове).

3. Специализирана суперструктура на обекта, с показатели: количествени и качествени.

3.1. Делови туризъм. Количествени показатели – брой зали за срещи с различен капацитет, мултимедийни проектори, техническо оборудване, необходимо за провеждане на срещата – техника за озвучаване, микрофони, флипчартове, работни лаптопи; Качествени показатели – удобство на обзавеждането на залите за срещи, стил и тема-

тика на помещенията, големина и форма на залата, достъпност до естествена светлина.

3.2. Хазартен туризъм. Количествени показатели – брой и площ зали за игра, брой игрални маси, брой предлагани игри, брой на игрални автомати, приложение на онлайн залагания в обекта на различни видове спортни игри; Качествени показатели – стил на помещенията за предоставяне на игрите, онлайн визуализация по повод участия в различни игри, разпределение на казино залите на тематични зони.

4. Допълнителни продукти, предлагани от обекта и/или туроператора, включени в пакета, с показатели: допълнителни активни и допълнителни пасивни специализирани продукти;

4.1. Делови туризъм. Допълнителни активни специализирани продукти – наем на зала за индивидуални бизнес срещи, наличие на бизнес център в хотела; Допълнителни пасивни специализирани продукти – преводачески услуги, достъп до високоскоростна интернет връзка.

4.2. Хазартен туризъм. Допълнителни активни специализирани продукти – уроци по покер, турнири по покер; Допълнителни пасивни специализирани продукти – тур за разглеждане на казината.

5. Оценка на изживяването от ползването на продукта, с показатели: чувство на жизнерадостност, чувство за контрола на ситуацията, удоволствие от самата дейност, загуба на представа за времето. За изследване на деловия туризъм, настоящият критерий оценява изживяване от потребление на продукта при инсентив програмите на туроператорите, част от MICE комплекса.

В настоящото изследване се избира район София и обекти, специализирани в деловия и хазартен туризъм – с прилежащи казина, за провеждане на анкетното проучване към експерти и потенциални туристи. Аргументацията относно избора се обуславя със следните фактори – развитието на район София като потенциален район за развитието на комбинирани продукти по делови и хазартен туризъм, от гледна точка на туристическото райониране на България (Великова, Е., Янева, М., Портарска, В., 2016г., стр. 165).

Друг аргумент за избора на обекти от район София е възможността целогодишно да се реализират специализирани пакети на туроператорите, тъй като несезонно се практикуват делови и казино туризъм.

От гледна точка на спецификата на туроператорската дейност за организация на договаряне с контрагенти, считаме че за настоящото

изследване подходящият модел, който ще развиваме и приложим, според спецификата на пазара в България, е този на опосредствената организация на туровете (Станкова, М., 2010) по специализиран делови и хазартен/казино продукт.

Въз основа на посочените критерии, показатели и характеристики за оценка на казино обекти се избират и проучват **пет водещи делови хотела със зали за казино в София**, които да бъдат доставчици на входящите туроператори с цел да се създаде конкурентоспособен пакетен туроператорски продукт по делови и хазартен/казино туризъм и модел, по който да се развиват подобни продукти. Това са:

1. Хотел Рамада София Сити Център (казино Рамада)
2. Хотел Интерконтинентал (казино София)
3. Хотел Балкан (казино Вива)
4. Хотел Анел (казино Роял Палмс)
5. Хотел Хемус (казино Ефбет)

Таблица 1. Критерии и показатели за комплексна оценка на специализирани обекти за делови и хазартен туризъм

№	Критерии	Показатели	Коефициент на значимост
1.	Природна и антропогенна ресурсна осигуреност	1.1. Атрактивна природна локация; 1.2. Историческа популярност на локацията; 1.3. Концентрация на обществено значими обекти.	0,10%
2.	Обща суперструктура и инфраструктура на обекта	2.1. Локация на хотела; 2.2. Екстериор на хотела; 2.3. Интериор на хотела.	0,20%
3.	Специализирана суперструктура на обекта	3.1. Количествени показатели; 3.2. Качествени показатели.	0,30%
4.	Допълнителни продукти, предлагани от обекта и/или туроператора, включени в пакета	4.1. Допълнителни активни специализирани продукти; 4.2. Допълнителни пасивни специализирани продукти.	0,10%
5.	Оценка на изживяването от ползването на продукта	5.1. Чувство на жизнерадостност; 5.2. Чувство за контрола на ситуацията; 5.3. Удоволствие от самата дейност; 5.4. Загуба на представа за времето.	0,30%
		Коефициент на значимост	1.00

Източник: Авторова схема

Разработените критерии и показатели са предназначени, както за туроператорите, така и за оценяване на специализирания пакетен туристически продукт от туристите.

Проведеното проучване на водещите в деловия и хазартния туризъм в София хотели цели да приложи модел за комплексна оценка на специализирани обекти за делови и хазартен туризъм, както и да установи очакванията и изискванията на потенциални и реални потребители към този вид туристически продукт.

Целта на анкетното проучване е да се идентифицират възможности за подобряване и развитие на хотелите, комбиниращи делови и хазартни услуги и включването им в туристическото предлагане на българските туристически агенции, разработващи подобни пакетни продукти, с цел специализация и диференциране на продуктовото им портфолио. Също така, въз основа на резултатите, както и на проучените добри практики на лидерите по света е да се разработи технологично предписание, свързано с въвеждане на конкурентоспособни стандарти за изграждане на хотели, специализирани в този тип комбинирано продуктово предлагане в България.

Предмет на изследването:

Очакванията и изискванията на клиентите на туристическите агенции относно параметрите на изграждане, функциониране и обслужване на специализирани хотели по комбиниран делови и хазартен турзиъм.

Задачи на изследването:

- Да се оценят избраните обекти, въз основа на критериалната система по отношение на спецификата на деловите и хазартни продукти;
- Да се проучи и анализира мнението на експерти и потребители с цел подобряване на продуктите по комбиниран делови и хазартен туризъм;
- Въз основа на анализираните резултати да се създаде модел на туристически продукт, който да се предлага от български входящи туроператори, по комбиниран делови и хазартен туризъм, който да включва селектирани хотели с конкурентоспособно специализирано оборудване, обзавеждане и програми, удовлетворяващи специфични потребителски изисквания;

- Да се обобщят резултатите, да се формулират приноси на теоретично, методологично и приложно ниво.

Период на изследването:

Проучването е проведено през февруари-април 2019 г. в централната част на столицата, където са разположени по-голяма част от хотелите и необходимите за проучването респонденти се намират полесно.

Обхват на проучването:

Оценката на специализираните обекти по делови и хазартен туризъм се проведе в хотел Рамада Сити Център, в хотел Интерконтинентал София, в хотел Балкан, в хотел Анел и в хотел Хемус. Поради факта, че тези обекти работят от дълго време, проявяват сериозно присъствие на туристическия пазар, имат голям пазарен дял и постоянни клиенти в този сегмент на специализираното туристическо предлагане.

Социално-демографските характеристики на клиентите имат съществено значение за анализа на очакванията и изискванията към обектите.

В методологията на изследването са използвани широк спектър от методи. Методите, които диференцираме по отделно, са следните:

Използване на анкетния метод

А) Изследване на мнението на мениджъри/специалисти на хотели за значението на специализирани показатели за оценка на обектите по делови и хазартен туризъм;

Б) Изследване на мнението на потребители на делови и хазартен продукт в специализирани хотели за значението на отделните специализирани показатели за оценка на обектите по делови и хазартен туризъм.

4. Моделиране на специализиран продукт на входящ туроператор въз основа на резултати от проучването

След обобщаване и анализиране на резултатите от емпиричното изследване от разгледаните обекти в София, е необходимо да се разработи модел под формата на пакетно предложение от входящ туроператор. Този модел касае селектирането и подбора на обекти и услуги, свързани с хотели за делови и хазартен туризъм, които да се включат в продукта на българския туроператор като доставчици на услуги. Това,

от своя страна, ще доведе до създаване на нови продуктови предложения по видовете специализиран туризъм, а българските туроператори ще диференцират предлагането си, с цел удовлетворяване на специфичните потребителски изисквания.

При разработване на модела се взимат предвид различната тежест и отношение на видовете критерии и показатели в процеса на достигане до по-високи стандарти при управлението на хотели по делови и хазартен туризъм, както и формиране на конкурентоспособни пакети от туроператора. В резултат на анализа от проучването, три от посочените критерии имат по-голямо значение в процеса на достигането до конкурентоспособен пакет – *обща суперструктура и инфраструктура на обекта, специализирана суперструктура на обекта и изживяване от ползване на продукта.* Неутрално значение имат – „суперструктура и инфраструктура на обекта“ и „специализираните умения на персонала“. Критерии „природна и антропогенна ресурсна осигуреност“ и „допълнителни услуги“ е необходимо да бъдат допълнително прецизирани и подлежат на иновация от туроператора с цел по-висока удовлетвореност на туристите.

Акцентът в настоящата част, касаеща иновативния модел (пакет по входящ комбиниран делови и хазартен туризъм), е да се изложи при процеса на разработване и оформяне на туристическия пакет кои критерии подлежат на иновации от входящия туроператор с цел разработване на конкурентоспособна туристическа програма по хотелите за делови и хазартен продукт.

Този модел е насочен към подпомагане работата на туристическите мениджъри по отношение на идентифициране и подобряване на параметрите при селектирането на доставчиците, както и внедряване на добрите практики в туристическия пакет, а също така и рекламиране в брошурата на конкурентните характеристики на всеки един от хотели, включени като опция за избор за настаняване и ползване на комбинирани делови и хазартни програми, според потребителските изисквания на съответните потенциални групи туристи.

За да се създаде *туристически пакет по комбиниран делови и хазартен туризъм,* е необходимо той да отговаря на изискванията на съвременните потенциални туристи по входящ туризъм в България. Оценката на избраните хотели кореспондира с най-важните съставни елементи на съвременен делови хотел със зала за казино, като чрез нея се установи кои характеристики е необходимо да се подобрят и с кои характеристики туристическите пакети са конкурентоспособни. Също така направената оценка може да помогне за създаване на нови инвес-

тиционни проекти в областта на специализираните видове делови и хазартен туризъм в България под формата на изграждане на нови обекти, което в настоящото изследване не е поставено като задача, а би могло да се реализира в последващи практикоприложни проекти.

В резултат на проучването може се моделира пакет под формата на технологично предписание с комбинирана програма по входящ делови и хазартен туризъм за България, който да бъде насочен на вниманието на някои потенциални входящи туроператори.

Изводи

От конкретните препоръки за подобряване на хотелите за делови и казино туризъм, както и специализираните туристически пакети на туроператорите в България, е необходимо да се премине към изводи по отношение на моделирането на туристическа програма на входящ туроператор.

В заключение на настоящата разработка могат да бъдат направени **изводи** относно постигнатите резултати, а именно:

- Анализирани са добрите практики в деловия и казино туризма;
- Създадена е методологична рамка на изследване на специализирани обекти за делови и хазартен туризъм, обособена чрез идентифицирани критерии и показатели за оценка;
- Предложен е вариант за моделиране на специализиран комбиниран делови и хазартен продукт на входящ туроператор въз основа на проучването;
- Описани са възможностите за внедряването на резултатите от оценката, с цел диференциране на продуктовото предлагане на входящите специализирани туроператори.

В настоящата разработка е представена необходимостта от разграничаване и възможностите, пред които се изправя съвременната туристическата агенция – диференцииране на специализираните продукти, с оглед да отговорят на актуалните потребности на пътуващите, които изискват от своето пътуване задоволяване на повече от един потребителски мотив. Комбинирането на разнородни, но допълващи се туристически услуги в общ продукт е изведено като възможност за създаване на конкурентно предимство, както и за актуализиране на имиджа и продуктовото портфолио на входящите туроператори, които целят дългосрочни позиции и поддържане на политика по иновативен подход на туристическия пазар.

ЛИТЕРАТУРА

Великова, Е., Янева, М., Портарска, В. Планиране и управление на туристическите дестинации. Авангард Прима, 2016.

Рибов, М. Конкурентни предимства в туризма. Тракия-М, 2011.

Станкова, М. Мениджмънт на туристическа агенция, Университетско издателство „Неофит Рилски", 2010.

Сулева, Д. Управленски модели на тематичните паркове в контекста на икономиката на изживяванията. Авангард Прима, 2010.

Ianeva, M., Toncheva, T., Boycheva, Hr. Tourism destinations. House „Publishing complex-UNWE",2015. Налично на: http://blogs.unwe.bg/myaneva/files/2018/03/Book-Tourism-Destination-Mariana-Ianeva.pdf (Проверено на 01.08.2019).

Yaneva, M., Gaidarov, N. Economics of experiences and its role for the development of creative tourism', Journal of Science & Research (10), Bulgarian Chamber for Education, Science and Culture, 2017. Налично на: http://www.bkonk.bg/journal/volume-10 (Проверено на 01.08.2019).

https://www.ihg.com/intercontinental/hotels/us/en/sofia/sofco/hoteldetail?cm_mmc=GoogleMaps-_-IC-_-BG-_-SOFCO (Проверено на 01.08.2019)

http://www.sofiabalkan.com/?SWAQ=958C (Проверено на 01.08.2019)

https://www.hotelanel.com/ (Проверено на 01.08.2019)

http://www.hemushotels.com/ (Проверено на 01.08.2019)

https://www.wyndhamhotels.com/ramada/sofia-bulgaria/ramada-sofia-city-center/overview?CID=LC:RA::GGL:RIO:National:47657&iata=00093796 (Проверено на 01.08.2019)