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

ДИНАМИЧНИ И СТАЦИОНАРНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОГРАМИ

Данаил Алеков, Докторант, Катедра „Икономика на туризма“, Факултет „Икономика на инфраструктурата“ към УНСС; Месторабота - Столична община

Резюме: *Изследването на динамичните и стационарни туристически програми е направено чрез преглед и сравнителен анализ между туристическите продукти в областта на „бавния“ и „бързия“ туризъм (slow tourism и fast travel).*

Докладът ще обърне внимание на особеностите на тези продукти и тенденциите в развитието им в световен мащаб. В тази връзка, ще бъдат анализирани и прегледани популярни туристически програми, включително и с конкретни примери в световния туризъм.

Специално внимание ще бъде обърнато на приложимостта на иновативни програми за динамичен и стационарен туризъм в България, с оглед потребителското търсене.

1. Въведение

Целта на настоящия доклад е да подпомогне туроператорите при разработване и актуализиране на *динамични* и *статични* туристически програми. Докладът е изготвен чрез изследване на тенденциите при планирането и изготвянето на програми, в резултат на непрекъснато нарастване в обема на туристическата дейност.

Темата е актуална, с оглед увеличаващата се глобализация на световните пазари и развитието на гражданската авиация – фактори, които водят до все по-голяма достъпност на туристическите дестинации. Всичко това създава предпоставки за промяна както в потребителските нагласи, така и в предлагането на разнообразни туристически програми по отношение на интензивността на включените динамични или статични дейности.

Обект на изследване в настоящия доклад са две от разновидностите на основния туристически продукт – туристическите програми, а именно - динамичните и статични програми.

Задачите, които доклада има за цел да реши, включват изследване на развитието на динамичните и статични програми поотделно. Докладът разглежда туристически продукти в областта на „*бавния*“ туризъм

(slow tourism) и „*бързия*“ туризъм (fast travel). Събраните данни показват, че програмите в двата вида туризъм всъщност не са противоположни и дори е възможно да бъдат прилагани в рамките на един туристически продукт. Статичните програми, като елемент на „бавния“ туризъм, се създават и развиват в отговор на „масовия туризъм“, който не се припокрива с динамичните програми на „бързия“ туризъм. Чрез сравнителен анализ между туристическите продукти в областта на „бавния“ и „бързия“ туризъм, освен разликите, се открояват и много прилики, които се дължат на общите *тенденции*. Затова, друга основна задача на доклада, е изследването на общите тенденции в туристическия сектор за развитието както на статичните, така и на динамичните програми.

Посредством решаване на поставените задачи, докладът представя изводи за разработване и актуализиране на динамични и статични туристически програми, насочени към туристическия бранш.

2. Туристически продукти

Предлагането на туристически продукти е все по-разнообразно, поради повишената конкуренция във всички сфери на туризма. В книгата си „Хармонизиране качеството на продукта на туристическите агенции в България с европейските добри практики“, доц. Янева обръща внимание, че потребителите са изправени пред многообразие от всевъзможни туристически продукти. Потребителските критерии непрекъснато се изменят и на практика, потребителите са поставени в ситуация на неограничен избор.

С развитието на *технологиите*, потребителите могат самостоятелно да си резервират пътуване до всяка точка на света. С увеличаващия се дял на нискотарифните авиокомпании, пътуването до ваканционни дестинации става по-достъпно. Споделената икономика е друго явление, което променя туризма. В книгата си „Изгряването на споделената икономика и бъдещето на пътуванията и туристическата индустрия“, Джеф Хонг изследва корелацията на *споделената икономика* с туристическите пътуванията и туристическата индустрия, като обръща внимание на причинно-следствената връзка между приходите в двете индустрии. Туризмът в ерата на споделената икономика приема модел, базиран на глобалната концепия с местната практика. Услуги, които всеки турист използва по време на пътуване, като настаняване, транспорт и др., разчитат на платформи и приложения, базирани именно на споделената икономика – като AirBnb, Uber и др. Всички тези фактори,

променят търсенето на туристическия продукт и поставя традиционните туристически агенции в ситуация, която изисква промяна в предлаганите услуги.

През последните 10 години, се наблюдават все по-ярко примери с развитие на *масов туризъм* в дадена дестинация, които изискват взимането на мерки за контролиране на обема на туристическия поток. Заливът Мая Бей в Тайланд беше посещаван от 5000 туристи дневно, преди да бъде затворен през 2018 г. поради екологични съображения. Дневният брой посетители в Мачу Пикчу беше ограничен до 2500 души през 2011 г. от Министерството на културата в Перу, а от 2017 г. се ограничава и максималния престой на туристите на обекта до 3 часа. В една скорошна статия за в. „Гардиън“, Анжела Джуфрида пък посочва, че Венеция се готви да забрани акостирането на големи круизни кораби и да ги пренасочва към други пристанища. Тези и много други примери показват, че масовият туризъм не винаги е в общ интерес както за местното население, така и за посетителите. Това е предпоставка да се разработват и актуализират програмите, като се намаляват елементите от масовия туризъм в тях, съобразно световните тенденции.

Това отваря възможност за развитие на динамичните и статичните програми, които, както беше посочено - не са непременно част от масовия туризъм. В „Апликиране на бавното движение в туризъм: Нова парадигма ли е бавния туризъм“, авторите Моира., Милонополис, Димитриос и Кондоуаки отбелязват, че бавния туризъм е противоположност на масовия туризъм. Това е така, защото потребителите на бавния туризъм искат буквално да избягат от пределите на забързаното ежедневие и заобикалящите ги тълпи от хора. Същото може да се каже и за „бързия“ туризъм. В своята книга „101 държави: Откриване на света с бързо пътуване“, авторът д-р Пармар доказва тезата, че постигането на мисията да обиколи възможно най-много държави в света с ограничени ресурси от време и пари, е за сметка на комфорта на пътуването. Бързото и динамично пътуване е далеч от тенденциите в масовия туризъм, но с нарастването на общия пътникопоток, се увеличават и пътуващите, които избират този вид туризъм. Всички тези факти са предпоставка за допълнително преосмисляне на концепцията на туристическите продукти.

Туристическият бизнес също се развива от гледна точка на технология, организация на работа, маркетинг и комуникация с клиентите. В резултат, се създават гъвкави програми, индивидуални пакети и други продукти, които могат да отговорят на увеличените потребителски очаквания и нагласи.

Изследването на тенденциите в областите на „бързия“ и „бавния“ туризъм и поставените задачи в доклада, ще подпомогнат туристическите агенции да разработят нови и актуализират съществуващи туристически програми.

3. Развитие на динамични туристически програми

Първата задача на доклада е да изследва развитието на „бързия“ туризъм (fast travel). С развитието на туризма и авиационната индустрия, значително се увеличава броя на дестинациите, които се предлагат на пазара. Увеличава се и броя на туристите, които желаят да посетят възможно най-много места.

Само за последните 3 години, Рекордът на Гинес за „Най-бързо посещение на всички суверенни държави“ е подобрен три пъти. За периода юли 2015 – февруари 2017 американката Касандра де Пекъл посещава всички страни. Малко след нея, това прави и канадката Тейлър Демонбреун прави същото, още по-бързо – от юли 2017 до декември 2018.

В туристическата теория и практика е доказана тезата, че потреблението на туристически продукти зависи основно от два фактора – финансови *ресурси* и свободно *време*. Те са и определящи в концепциите при формиране на бързия и бавния туризъм.

Първият фактор за развитието е свързан с финансовото измерение на услугата. Увеличаващият се дял на нискотарифните авиокомпании, себестойността на динамичните туристически програми намалява. По този начин и при условията на определен бюджет за туристически пътувания годишно, се увеличава възможността за посещение на повече туристически дестинации, без това да се отразява финансово. Предлагането и конкуренцията са огромни, което дава възможност на потребителите да се запознаят с повече туристически дестинации.

Вторият фактор за развитието е свързан с ограниченото свободно време, което потребителите могат да отделят за туристически пътувания. Това значително намалява възможността за пътуване до по-далечни туристически дестинации. Времето, което пътниците прекарват в път до тези дестинации, е твърде дълго и поставя потребителите в невъзможност да пътуват по-често. Потребителите са принудени предварително да планират и оптимизират своите пътувания, поради ограниченото свободно време. Този фактор е предпоставка за повече внимание от страна на потребителите към програмата за всеки ден по време на пътуването.

Това се отразява на туристическите програми, като все повече се търсят еднодневни обиколки, които включват богата програма от места в дадена дестинация. Създават се специализирани сайтове и блогове, които дават идеи и варианти за еднодневни обиколки, например OneDayInACity.Com („Един ден в града“). Туристическите агенции от своя страна, увеличават възможностите за допълнителни към основния пакет дейности, което дава възможност на всеки пътуващ, според възможностите, да има динамична програма в рамките на своето пътуване.

„Бързият“ туризъм обикновено представлява ефективно и ефикасно *планиране* на пътуването. От една страна, да бъде ефективно от гледна точка на определения бюджет за пътуване, а от друга – да използва максимално ефикасно ресурсите и предварително определения бюджет. Според изследване на проф. д-р Волфганг Георг Арлт за Китайския институт за изследвания на външния туризъм (Chinese Outbound tourism: Sophistication and Dispersion Offering New Opportunities for Rural Destinations in Europe, 2018), втората вълна китайски туристи имат пари, но нямат време. Изследването отбелязва, че се увеличава търсенето на индивидуални туристически програми за новата вълна китайски туристи. Това е от важно значение за световния туристически пазар. Туристическите тенденции за 2018 г. според Световната организация по туризъм на ООН (UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition, World Tourism Organization) показват, че китайските туристи са похарчили $257 млрд., което е повече от туристите от САЩ, $135 млрд., от Великобритания, $71,4 млрд. и от Франция, $41,4 млрд., взети заедно. В изследването се отбелязва, че масовия туризъм доскоро е бил основен за ръста на китайския туризъм, но приходите от него са ограничени до известните туристически забележителности по време на силния сезон. Паралелно с това се увеличава и търсенето на квалифициран персонал, който да изготвя индивидуални програми на достъпна цена. Новите туристи търсят различни извиживявания и посещения като спортни събития, в допълнение към традиционните забележителности.

Новите тенденции се отразяват на всички участници в туристическия бизнес. Много от авиокомпаниите предлагат на клиентите си безплатен престой от 1 до 5 дни, когато имат прекачване по пътя си към крайната дестинация. Това дава възможност туристите, които искат да посетят повече дестинации по време на пътуването си, да включат още места в програмата си, без да плащат допълнително за самолетния си билет. Най-добрата такава политика за т. нар. „stopover“ прекачвания, според списанието Световен пътешественик (Global Traveler), е на

португалската авиокомпания TAP, която свързва общо 75 града от Европа, Африка, Северна и Южна Америка, с полети през Лисабон. Туристическите агенции от своя страна, отговарят на търсенето и предлагат динамични еднодневни програми и обиколки, а работниците в сектора се преквалифицират в изготвянето на достъпни *индивидуални програми*.

Не на последно място, се променят нагласите на туристите и световните тенденции в тази сфера.

4. Развитие на статични туристически програми

Втората задача на доклада е да изследва развитието на „бавния туризъм“. Статичните туристически програми и „бавния“ туризъм е пример за бързото развитие на регионално възникнал туризъм до международно призната форма за туризъм. Както посочва доц. д-р Велина Казанджиева в „Теоретико-приложни аспекти на концепцията „Бавен Туризъм“, концепцията за „бавен“ туризъм възниква в Италия. Движението е създадена още през 1989, а само за 10 години излиза извън границите на Италия.

Тази форма на туризъм е предпочитана за туристическите агенции, като носи най-големи приходи на хотелиерите, ресторантьорите и местния бизнес като цяло. Бавният туризъм предполага повече статичност в програмата – бавен начин на придвижване, но и по-високо *качество на преживяванията*. Бавният туризъм е особено подходящ за селския и еко туризъм. Той предполага спокойно темпо и начин на живот и повече възможности за общуване между хората, местни храни и специалитети. Продуктите на бавния туризъм могат да бъдат различни по своята *активност*, като най-статичните включват планински отдих, спа туризъм, круизни пътувания и др.

В книгата „Бавно пътуване и туризъм“ си Дикинсън и Лумсдън (2010) отбелязват, че бавният туризъм има три стълба. Първият стълб е да се правят нещата с правилната *скорост*, вторият стълб е промяна на отношението към скоростта, а третият – *качество*, вместо *количество*. Програмите, които отговарят на тези критерии, попадат в категорията на бавния туризъм. В този смисъл, всички статични туристически програми са елемент на бавния туризъм.

Както вече беше споменато, бавният туризъм също е противоположен на масовия туризъм. Този елемент е особено важен при изготвянето на туристическите програми. Колкото и да се увеличава популярността на бавния туризъм, той не следва да се превръща във фор-

ма на масов. Това ще доведе до отлив от туристи от предлаганата дестинация за бавен туризъм, като същите ще се пренасочат към други места.

Развитието на бавния туризъм се състои в предлагането на качествени програми, с повече статичност и комбинация от подходящи преживявания. Освен в Италия, бавния туризъм се развива успешно и в съседни страни, със сходен туристически профил. Затова, и други средиземноморски страни като Франция, Португалия и Испания успешно развиват и надграждат концепцията за бавен туризъм.

5. Сравнителен анализ между „бързия“ и „бавния“ туризъм

Друга основна задача на доклада, е изследването на общите тенденции в туристическия сектор за развитието както на статичните, така и на динамичните програми. Въпреки, че наименованията на бързия и бавния туризъм са противоположни, на практика същите имат доста сходни черти.

Сходните черти са свързани с целевата група на двата вида туризъм. В общия случай, се таргетират потребители, които искат пътуването им да е по-различно от това на масовия турист. Това може да включва изборът на различни дестинации (не масови), подготовката на индивидуални програми и др.

Разликите в двата вида туризъм са свързани основно с тяхното темпо и интензитет. Статична програма за „бавен“ туризъм може да включва 1 седмица в малко италианско градче, докато за същия период една динамична програма може да включва посещение на дестинации в 3 различни държави. Това се отразява на качеството и от тук произтича другата основна разлика между двата вида туризъм – качественото и количественото измерение. Бързият туризъм се отчита с по-високо количество, докато бавния акцентира върху качеството.

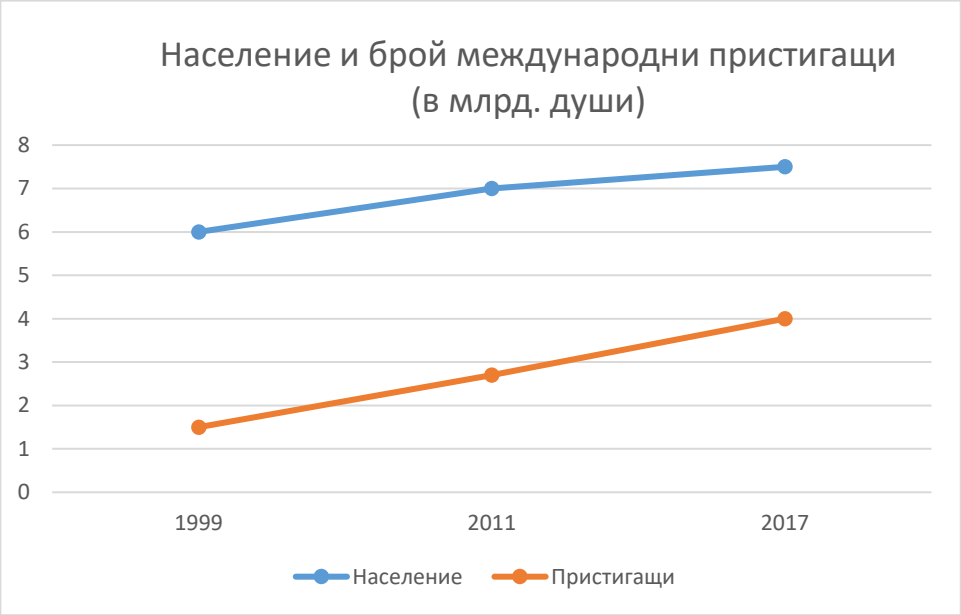
Таблица 1. Прилики и разлики между „бързия“ и „бавния“ туризъм

Прилики / Разлики	**Бърз туризъм**	**Бавен туризъм**
Избор на различни дестинации (не масови)	ДА	ДА
Подготовка на индивидуални програми	ДА	ДА
Количество, вместо качество	ДА	НЕ
Качество, вместо количество	НЕ	ДА

Източник: Авторова систематизация

6. Заключение (Изводи)

Туристическият бранш е един от най-бързо развиващите се през последните две десетилетия. По данни на Световната организация по туризъм за международния туризъм и за броя на пристигащите, през 1999 г. е имало 1,5 млрд. пристигащи, а през 2017 г. вече са 4 млрд. пристигащи (UNWTO, 2018). В същото време, населението през 1999 г. наброява 6 млрд. души, а през 2017 г. вече е 7,5 млрд. души.



Фиг. 1. Население и брой международни пристигащи

Източник: "UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition, World Tourism Organization"

Данните показват, че през 1999 г., съотношението между населението и броя на международните пристигащи е 1:4 (1,5 млрд. пристигащи при 6 млрд. население). През 2017 г., това съотношение вече надхвърля 1:2 (4 млрд. пристигащи при 7,5 млрд. население). Това още веднъж доказва, че увеличението на туристическия поток е много високо, както откъм номинален размер, така и като съотношение с населението на земята.

В резултат, се развиват нови дестинации, форми на туризъм и потребителски нагласи. Такива форми на туризъм са именно „бавния“ и „бързия“ туризъм. Промените се отразяват на всички участници в туристическия бранш и това поражда необходимост от актуализиране

на туристическите програми. Създаването на индивидуални програми – както статични, така и динамични, помага на туроператорите да задържат потребителите, които предпочитат да избягват масовите форми на туризъм.

Развитието на туризма в новото хилядолетие е възможно единствено при внедряването и използването на *иновативни* туристически продукти, с които да бъдат привлечени и задържани потребителите на туристическите услуги.

ЛИТЕРАТУРА

Янева, М., „Хармонизиране качеството на продукта на туристическите агенции в България с европейските добри практики“, Авангард Прима, 2011 г.

Казанджиева, В., „Теоретико-приложни аспекти на концепцията „Бавен Туризъм“, Икономически университет - Варна, 2016 г.

Parmar, P.J., 101 Countries: Discovering the World Through Fast Travel, VirtualBookWorm.com Publishing, 2003

De Pecol, C., Expedition 196, Lioncrest Publishing, 2018

Dickinson, J.E. & Lumsdon, D., Slow Travel and Tourism; Earthscan Ltd., 2010

Moira, Polyxeni & Mylonopoulos, Dimitrios & Kondoudaki, Aikaterini, The Application of Slow Movement to Tourism: Is Slow Tourism a New Paradigm, Journal of Tourism and Leisure Studies, 2017

Giuffrida, A. (2019, August 8). Venice cruise ships could be rerouted from city centre next month. *The Guardian*. Retrieved August 29 from www.theguardian.com

Fastest time to visit all sovereign countries, Guinness World Records Limited, 2019

UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition, World Tourism Organization

Georg Arlt. W., Chinese Outbound tourism: Sophistication and Dispersion Offering New Opportunities for Rural Destinations in Europe, 2017

Rise of the Sharing Economy and the Future of Travel and Tourism Industry, *Journal of Business and Hotel Management*, 2018

Tourism Barometer, United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2018