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

ВЗАИМОВРЪЗКА МЕЖДУ КРЕАТИВНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

Доц. д-р Генка Рафаилова
Икономически университет – Варна - Колеж по туризъм – Варна

Резюме: *Целта на настоящия доклад е да представи ролята на креативното предприемачество за развитието на туризма общо и в България. Предметът на доклада е актуален поради доказаната значимост на креативната индустрия за развитието на икономиката и по-специално иновациите, туристическия сектор и дигиталните технологии. На равнище Европейски съюз се прилагат множество стратегии, политики и програми за разгръщане на потенциала на културната и творческа индустрия, вкл. за развитие на конкурентноспособен туризъм.*

За постигането на поставената цел е направен обзор на изследвания и статистически данни, които обосновават наличието на взаимовръзка между креативното предприемачество и туризма, и определят нейния характер. В резултат на направеното изследване се дефинира модел на тази взаимовръзка и се установява неговото приложение в България в настоящ и бъдещ период.

Ключови думи*: креативно предприемачество, креативна индустрия, туризъм, креативен туризъм*

1. Въведение

Креативните[1] индустрии са обект на изследвания и политики заради ролята им на двигател за икономическо, регионално и технологично развитие, за иновационен растеж и за повишаване качество на живот[2]. Едно от съществените позитивни влияния е върху развитието

[1] Креативни индустрии е превод на термина “creative industries”, включени в обхвата на творческите индустрии, термин използван в българската научна литература, от НСИ и в Националната стратегия за развитие на творческите индустрии в България. Творческите индустрии обаче по-скоро отговарят на термина „културни и креативни индустрии“, които включват и традиционните сценични, музикални и изобразителни изкуства, книгоиздаване и др.

[2] Power, Dominic; Nielsen, T. European Cluster Observatory, Priority Sector Report: Creative and cultural industries, 2010 & Boosting competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs, Austrian Institute for SME Research and VVA

на туризма в градовете и особено в по-малките и непознати, често отдалечени населени места.

Креативните индустрии обхващат архитектура, дизайн – моден, вътрешен и външен, рекламна индустрия, филмова индустрия, производство на видео игри, софтуер и уеб-дизайн, фотографска индустрия, занаяти.[3]

В рамките на креативните индустрии ключова роля има креативното предприемачество в лицето на индивидуалните предприемачи, на микро, малкия и среден бизнес, неправителствени и нестопански организации, развиващи социално предприемачески дейности, предимно с по-тесен локален обхват.

Теориите за предприемачеството в социо-културен, управленски и икономически аспект[4] са в основата на дефинирането и изследването на креативното предприемачество. Предриемачеството се разглежда и определя като „начин на мислене, използване на творчество и иновации чрез поемане на риск[5]“ в резултат на което „се създава нещо ново, което носи приход при реализиране на пазара“[6] и/или се отварят „нови пазарни възможности, извоюват се лидерски позиции“[7] и възникват промени в социално-икономическите отношения. Така предприемачеството се свърза с индивидуалния предприемач/икономически агент, (Питър Дракър 1985) или стопанската организация. От съвременна гледна точка предприемачеството играе съществена роля при решаването на социални проблеми и е движеща сила за развитието на социалните предприятия и нестопански организации, а в редица случаи и на организации в публичния сектор. В този случай предприемаческият подход се отнася до промяна в начина на създаване и предоставяне на услуги и продукти с обществена значимост и полза, повишаване ефективността на осъществяваната социална дейност, иницииране на социални иновации и други. Този процес засяга в една или друга степен културните

Europe, 2015; Creative Europe Programme 2014-2020; Policy Learning Platform of the European Creative Industries Alliance

[3] Creative Europe Framework Programme 2014-2020 & KEA, Economy of Culture in Europe, 2006 & Brussels: KEA European Affairs, KEA, The Impact of Culture on Creativity, KEA European Affairs, 2009

[4] Добрева, Невена, Културното предприемачество – актуални концепции и тяхното приложение в България. София: Университетско издателство „Св.Климент Охридски“, 2018

[5] EU (COM 2003) 27 final

[6] Съгласно неокласическата школа в лицето на Йозеф Шумпетер

[7] Дракър, Питър, Мениджмънт предизвикателствата през 21ви век. Класика и стил, 2005

организации, традиционно считани за нестопански, тъй като една голяма част от тях са в публичния сектор. Предприемачеството в областта на културата е тясно обвързано с креативното предприемачество, но без да има пълно препокриване между тях. И двата вида са стимулирани и предизвикани от динамичните промени в икономиката и обществения живот в резултат на дигиталните и комуникационни технологии, емиграционни процеси и трансформация в социални взаимоотношения, както и заради ограниченото и твърде консервативно използване на публични средства за култура и творческа дейност.

Съществен фактор обаче за разгръщането на креативното предприемачество е силната конкуренция, на която е подложен съвременният бизнес, между дестинации, градове и региони, за привличане на кадри и задържане на млади хора в определени населени места и т.н., която налага търсенето на нови конкурентни предимства основани на знания, иновации и креативност. Същевременно приложението на дигиталните технологии в търговия и производство на културни стойности, нарастващото търсене на продукти, услуги и дейности, отразяващи новите ценности и желания на съвременното поколение, създаващи нови усещания и т.н. формират благоприятна среда за разгръщане на креативното предприемачесто.

Креативното предприемачество[8] като процес, начин на мислене и действие, се разглежда взависимост от следните критерии:

- използвани умения, познания, дейности,
- цели и мотиви на предприемаческата дейност,
- подход на работа и организация и
- степен на иновативност и поемане на риск.

Креативното предприемачество се основа на креативно мислене, компетенции и познания от областта на традиционни занаяти, изкуство, литература и дигитални технологии[9] от една страна и от друга на бизнес умения и познаване на пазара, източници на финансиране и потенциални партньори. Целта на предприемаческата дейност не е печалба или само икономическа изгода, а преди всичко създаване на уникален, стойностен, творчески продукт и изява на умения, светоусещане и гледна точка за света. Но, същевременно съществува и икономическа креативност съгласно Karazijiene & Jurgelvicius (2017), която именно позволява да се откриват и използват новите пазарни възможности и да се реализират нови идеи. Креативното предприемачество се изразява в

[8] Utrecht Scholl of Art, Entrepreneurial Dimension of Cultural and Creative Sector, 2010, достъпен на http://ec.europe.eu/culture/key- documents/doc31214_en.htm

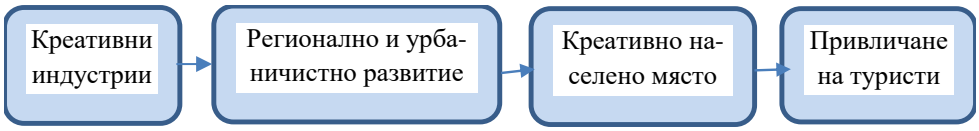
[9] Florida, R., The rise of Creative Class Basic Books. New York, 2002

индивидуален, мениджърски и екипен подход за създаване и развитие на бизнес или организация, който е различен, необичаен, иновативен. Това, заедно с факта, че се предлага творчески, най-често нестандартен продукт или бизнес модел на един твърде несигурен пазар, е свързано с поемането на по-висок риск.

В този смисъл **креативното предприемачество** се определя като дейност и инициатива, за която се използват творчески и дигитални умения и знания в съчетание с бизнес познания и пазарен подход, иновативна по отношение на използвани технологии, начин на работа и прилаган бизнес модел, но не с единствена цел печалба и даваща резултати с естетична, културна и социална ценност, икономическа, имиджова и конкурентна полза. Субекти на креативното предприемачество са личностите, които са с творчески умения – като индивидуални предприемачи или работещи в организация, микро и малки фирми, екипи от специалисти в информационни технологии, творци, др.

2. Обзор на изследвания за креативното предприемачество и туризма

В научната литература връзката между креативното предприемачество и туризма се разглежда основно в две направления: въздействието на креативните индустрии върху развитие на населените места /предимно градове, но и малки, провинциални селища и райони/ и развитието на креативния туризъм. В първия случай тази връзка е по-скоро индиректна, виж фиг.1, а във втория директна.



Фиг. 1 „Индиректно влияние на креативните индустрии върху туризма“

Редица изследвания и местни, регионални и национални политики са насочени към ролята на креативните индустрии, класа и дейности за регионалното и урбанистично развитие в икономически и социален аспект. Значимостта на тези индустрии се определя от дифузията на иновации и креативни идеи в различни обществени сектори, подобряване облика на населените места, възникване на нови атракции, създаване на среда за креативни личности и задържане на таланти. Това

се свързва с промяна на имиджа – креативни места, дизайнерски градове, с космополитна култура и креативна атмосфера, с арт-пазари и иновативни забавления[10]. По този начин индиректно се влияе върху туризма като се привличат се туристи с разнообразни цели - от пазаруване (предимно на културни и творчески продукти), организиране и/или посещение на културни и делови събития, до търсене на нови дестинации и преживявания. Акцентът на изследванията е върху развитието на креативните индустрии и тяхната роля за регионалното и урбанистично развитие, в т.ч. туристическата среда, но не и конкретното влияние на креативното предприемачество.

Креативният туризъм съгласно (Грег Ричардс 2000) „предлага на посетителите възможност да развият техния креативен потенциал чрез активно участие в курсове, обучения и преживявания, които са тясно свързани с характеристиките на туристическите дестинации."

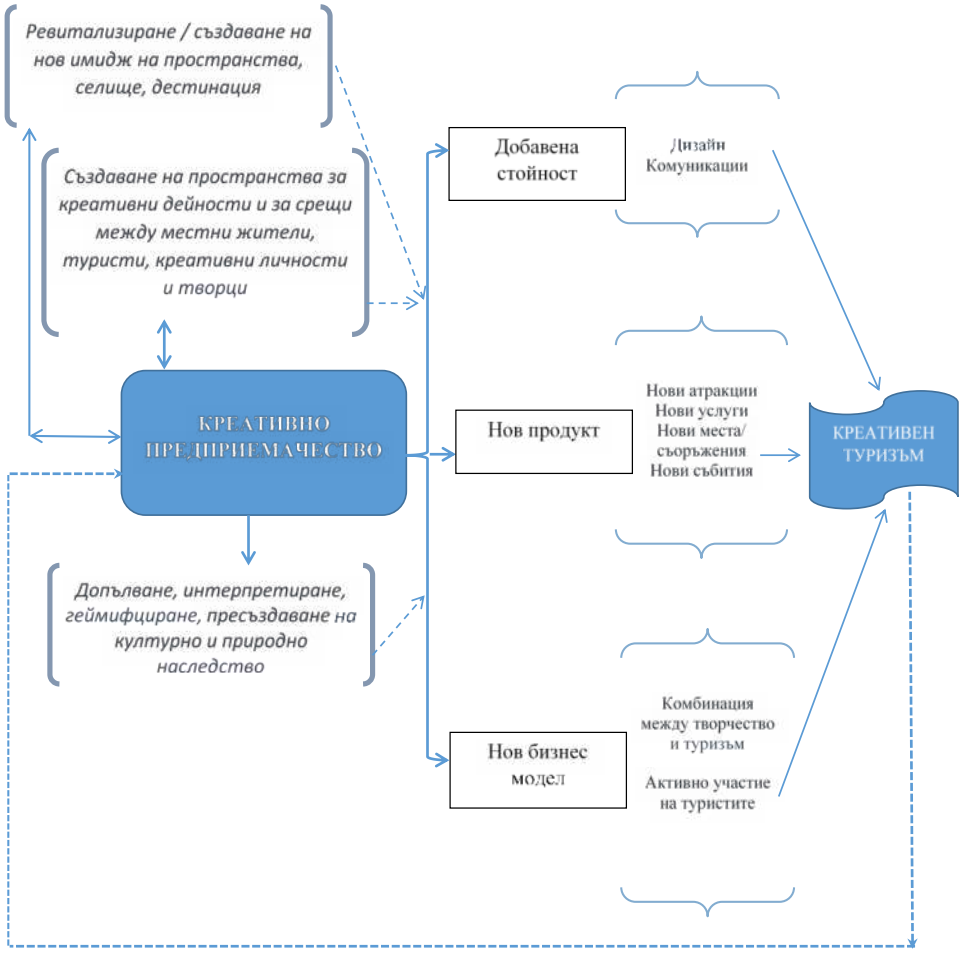
Креативният туризъм се изследва в контекста на използването на нематериални стойности/ресурси и съвременното изкуство и култура, активното участие на туристите в културни, креативни и други дейности. Акцентът на изследванията е върху видовете туристически дейности и преживявания на туристите и по-малко върху факторите, които създават средата и атракциите. Ограничено е разглеждането на креативното предприемачество като движеща сила за превръщането/трансформирането на нематериалните стойности и предлагането нови преживявания за туристите, и обратното въздействие на туризма върху него.

В научната литература липсва обобщен модел за взаимовръзката между креативното предприемачество и туризма чрез който да се демонстрира директното и индиректно влияние върху конкретни дейности, процеси и обекти, свързани с развитието на туризма и съответно креативния туризъм.

3. Модел на взаимовръзка между креативно предприемачество и туризма

Моделът на взаимовръзка между креативното предприемачество и туризма обхваща процесът на директното и индиректно влияние на предприемачеството върху туристическия сектор и обратно въздействие, виж фиг. 2.

[10] Richards, Greg, Tourism, Creativity and Creative Industries. Breda: Conference Creativity and Creative Industries in Challenging Times, NTHV, 2012



Фиг.2 „Модел на взаимовръзка между креативно предприемачество и туризма“

Директното влияние се изразява в добавяне на стойност за съществуващ бизнес или продукт, създаване на нов продукт или нов туристически бизнес.

Креативните предприемачи променят пространства и външен изглед, създават различна атмосфера, придават разчлични, интересни образи на съществуващи места, продукти и услуги, свързват ги с истории и герои, използват нетрадиционни форми и средства за комуникации с посетители, туристи и местни жители. По този начин се добавя

стойност, която привлича повече и нови потребители. Например използването на тема за дизайн на хотели и ресторанти, и отправяне на послание към любителите и почитателите на темата.

В резултат на креативното предприемачество се създават нови услуги и атракции за туристите, възникват нови събития и забавления в туристически обекти и дестинации. Творците творят и предлагат техните произведения, демонстрирайки пред туристи и потребители в непосредствен контакт, и се превръщат в основна цел на посещение и избор на туристическо място и обект.

Индиректното влияние се изразява във въздействие върху туризма чрез промяна на съществуващи пространства, създаване на нови пространства и места, които дават възможности за забавление с активно участие на публиката, за общуване и срещи между творци, туристи, местни жители и представители на местен бизнес. Това придава специфична атмосфера (Грег Ричардс 2010, 2018), променя облика и духа на туристическите дестинации и ги прави привлекателни за посетители, търсещи преживявания чрез активно участие в креативни дейности, контакти с местни креативни личности и съвременно изкуство, вкл. „улично, площадно“, непрофесионално изкуство. Прилагането на творчески подход съвместно със съвременни дигитални и други технологии позволява да бъде представено културно и природно наследство с научна, образователна и развлекателна цел. Това стимулира създаването на нови туристически услуги и възникването на нов бизнес, и на нови туристически атракции.

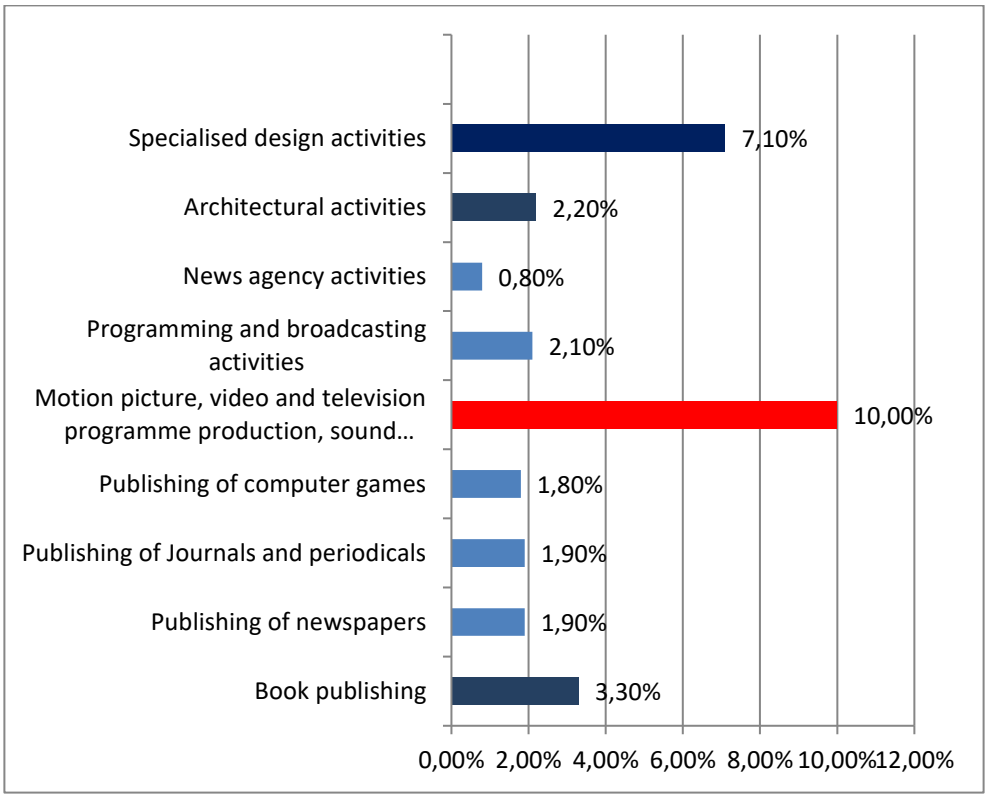
Креативното предприемачество чрез индивидуалните творци и предприемачи, малкия бизнес за творчески и креативни продукти и дейности са определящи фактори за брандинга на малки населени места, квартали и райони в големите градове.

4. Приложение на взаимовръзката между креативно предприемачество и туризма в България

В България развитието на креативните индустрии, с темп на растеж 23,5 % от 2008 до 2012 г. благодарение на филмовата индустрия (с темп на растеж 88 % за същия период), традиционни занаяти, дизайн и архитектура (темп на растеж 125 % за същия период), виж фиг.3. Те намират най-съществено приложение върху създаването на места за настаняване и заведения за хранене, развлечения, атракционни паркове.

Творческите умения от тези сектори допринасят за организиране на фестивали – нетрадиционни, турове, забавления за туристите като

работилници, курсове, дегустации, например FUNCITY + във Варна и Нощ на галериите и музеите в Пловдив, маратони по четене и други.



Фиг. 3. „Дял на креативните индустрии в българската икономика – 2014 г.“

Източник: Eurostat и НСИ, адаптирана от автора

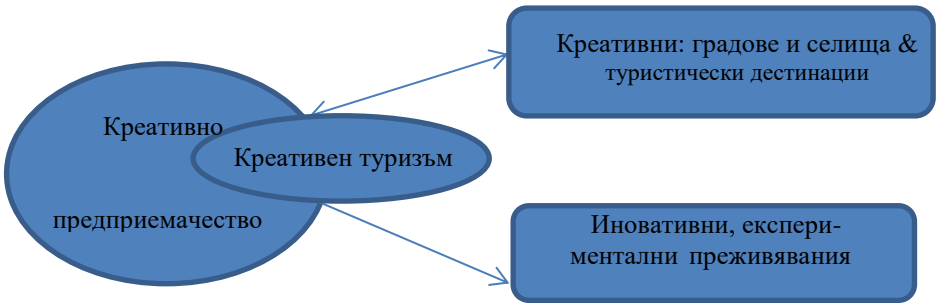
5. Тенденции за развитие на взаимовръзката между креативно предприемачество и туризма

Тенденциите на взаимодействието между креативното предприемачество и туризма, насоки за по-нататъшни изследвания, са развитие на креативни дестинации и градове и създаване на иновативни, експериментални преживявания за туристи и местни жители, виж фиг. 4. Креативните предприемачи и бизнес активно участват в изграждането на облика на селищата и дестинациите, в предлаганите атракции на туристите и в социалния живот, както и в предоставянето на различни услуги и продукти от други сектори на икономиката. Съответно това води до създаване на благоприятни условия за разгръщане на креативния потенциал в определено населено място и привличането на

представители на креативната класа, постигане на устойчивост на взаимвръзките между фирми и организации от креативния сектор.

Развитието на креативни туристически дестинации и градове се осъществява чрез креативни клъстери, културни проекти, които обвързват иновации, креативни дейности, културно наследство, традиционно и съвременно изкуство, изграждане на културни пространства и места, с високо технологични услуги и на атмосфера на свобода в творчеството и изява на индивидуализма. Конкретно в България тази тенденция се проявява по отношение на туристически дестинации Пловдив и Варна, в които възникнаха и утвърждават „зони“ и клъстери за креативно предприемачество като арт-кварталите „Капана“ и „Таляна“, а София и Габрово като креативни градове.

Създаването на иновативни, експериментални преживявания за туристи и местни жители се изразява в откриване на необикновени места за настаняване и забавление, участие на посетителите и туристите в създаването на туристическия продукт – музеи и галерии, приготвяне на храна и напитки, преоткриване на забравени дейности и развлечения, попадане в различни светове – от бъдещето и от миналото и т.н.



Фиг. 4. „Тенденции в развитието на взаимовръзката между креативно предприемачество и туризъм“

6. Заключение

Креативните индустрии са фактори за регионално, социално-икономическо развитие и формиране на конкурентни предимства. Технията двигател е креативното предприемачество, интегриране на творчески умения с бизнес познания, в лицето на индивидуални предприемачи, микро и малък бизнес. В резултат на неговото разгръщане се добавя стойност към съществуващи продукт – дизайн на места за развлечение, настаняване и хранене, предлагат се нов тип преживявания и продукти за туристите и местните жители. Всичко това отваря

възможности за развитие на креативния туризъм и утвърждаване на креативни туристически дестинации.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

Jelincic, Daniela Angelina, Senkic, M. Creating Heritage Experience. The Power of sences. Etnoloshka tribina 40, vol.47, 2017

Rabazauskaite, Vaida, Revitalization of public spaces in the context of creative tourism, Creative Studies, Vol.8 2015, p.124-133

Richards, Greg, Pashinger, E., Wisnasing, J, DASTA Team, Creating Creative Tourism Toolkit. OWN DASTA, Tailand, 2018

Rivas, M., From creative industries to creative place, UBRCT Creative Cluster. Final report, European program for sustainable urban development, 2011

OECD (2014), *Tourism and the Creative Economy,* OECD Studies on Tourism, OECD Publishing.*http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en*

World Tourism Organization (2018), *Tourism and Culture Synergies,* UNWTO, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284418978

www.varna2017.bg

www.creativetourismnetwork.org