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

ВЪЗМОЖНОСТИ НА ИНДУСТРИЯТА НА ТУРИЗМА ЗА СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

Доцент доктор Мария Станкова
ЮЗУ „Неофит Рилски“ - Благоевград

Резюме: *В България, по данни на НСИ, в икономически сектор Хотелиерство и ресторантьорство функционират 269 социални предприятия; броят им в сектор Култура, спорт и развлечения е 23. Имайки предвид данните за страната като цяло, логично се налага предположението, че в туризма и свързаните с него сектори съществува потенциал за разкриване на социални предприятия като предпоставка за капитализиране на социални въздействия. От една страна, това е видно от цифрата на хотелиерските и ресторантьорски предприятия, а от друга – от незапълнената все още ниша в сектора на културата, спорта и развлеченията. Има и трета страна – безспорен е ефекта при транслиране на послания чрез туризма върху участниците в туристическите дейности. Всичко това, превръща въпроса за възможностите за социално предприемачество в туризма в интересен и актуален, както от изследователска, така също и от практико-приложна гледна точка.*

Ключови думи*: социално предприемачество, туризъм, социални въздействия*

1. Въведение

Социалното предприемачество като концепция доби голяма популярност, която в България определено расте под влияние на споделяните добри практики и привнасян опит от партньорски инициативи. Същността му се изразява в установяване на нов подход за развиване на бизнес, който едновременно генерира печалба и реализира социални каузи. Подобно съчетание между предприемачество и социално ангажиране, макар и предизвикателство, има широко влияние върху обществото и способства за подобряване на условията на живот на множество от хора. В Европейския съюз броят на социалните предприятия нараства с разгръщането им в различните икономически сектори. През последните години се въвежда нова и специализирана законодателна рамка по отношение на тях, както и се развиват и подкрепят нови схеми, подпомагащи и насърчаващи развитието им. В Европа има 2 млн.

предприятия в социалната икономика, което представлява 10 % от целия бизнес, а в тях са заети 11 млн. души или 6 % от работната сила (2 млн. социални предприятия в ЕС, 2018). По справка в аналитичния инструмент на сайта на националната база данни за социалните предприятия в България, броят им по области е 3 531 (Брой социални предприятия по области, 2019). Инструментът позволява допълнително детайлизиране по икономически сектори, при което става ясно, че в икономически сектор Хотелиерство и ресторантьорство в страната функционират 269 социални предприятия, от които 159 са предприятия с печалба. В сектор Култура, спорт и развлечения броят им е 23, 15 от които реализират печалба. Имайки предвид данните за страната като цяло, логично се налага предположението, че в туризма и свързаните с него сектори съществуват възможности за разкриване на социални предприятия и потенциал за капитализация на социални въздействия. И това превръща въпроса за възможностите за социално предприемачество в туризма в интересен и актуален, както от изследователска, така също и от практико-приложна гледна точка.

2. Дефиниции за социално предприемачество и правна рамка

Социалното предприемачество е добре познато понятие в САЩ и повечето европейски страни. Социалните предприятия в тези държави осъществяват значим дял от дейностите в социалната сфера, като съчетават генерирането на приходи от извършването на стопанска дейност и постигането на определен социален ефект. Социалното предприемачество е уникално с това, че позволява обединяването на икономически и социални цели в едно, при което се провежда ефективна социална политика и се осигурява ефективна подкрепа за социално уязвими групи в най-широк смисъл (Социално предприемачество и контрол на социалните услуги в България и в ЕС). При все това, липсва единно и общоприето определение за социално предприятие (Михайлов, 2014), макар, че по проблематиката на социалните предприятия и спецификите при терминологичното им определяне още от 60-70 години на 20 век работят множество изследователи (Русанова, 2011). Има се предвид обаче, че социалното предприятие е елемент от социалната пазарна икономика, преди всичко отличаващо се от традиционните пазарни субекти по това, че не преразпределя цялата печалба за частна полза и решава различни социални проблеми, като реализирания излишък основно се реинвестира целево в бизнеса или в общността (A progress report on Social Enterprise: a strategy for success).

Социалните предприятия функционират в сложна и проблемна среда като се изправят пред значими обществени проблеми и следва да използват специфични, иновативни и устойчиви бизнес модели. Често те балансират между финансови отговорности и социално въздействие като координират потребностите, интересите и отговорностите на множество заинтересовани страни, включително инвеститори, служители, регулаторни органи, потребители и др. Разбира се, социалното предприемачество и предприятия като цяло се развиват, според условията на регламентирана правна рамка. На ниво европейски документи, нормативната уредба на основните постановки във връзка с тях, при все липсата на обща дефиниция, задава няколко общи принципа, а именно:

- ✓ Социалното предприятие си поставя социално значими цели;
- ✓ Дейността, която извършва, е икономическа по своя характер;
- ✓ Реализираната печалба отива за постигане на социални цели.
- ✓ Налице е институционална независимост и вътрешно самоуправление (произтичащи от управлението им по предприемачески, отчетен и прозрачен начин (Русанова, 2011; Михайлов, 2014).

Отчитайки значимостта и ролята на социалните предприятия, ЕС отделя все повече бюджетни средства за конкретни мерки за подкрепа на социалните предприятия. Само бюджетът на Програмата за заетост и социална иновация до 2020 г. възлиза на 920 милиона евро (Насърчаване и развитие на социалните предприятия в България, Пътна карта, 2015). 21 % от този бюджет е предназначен за ос „Микрофинансиране и социално предприемачество“, в рамките на която се подкрепя и развитието на социални предприятия. Тази програма действа наред с останалите инструменти на ЕС за предоставяне на финансиране като Европейския социален фонд, фондовете за подкрепа на социални предприятия и др.

В България, законовите основи за развитие на социално предприемачество са поставени през 2011 г., с приемането на първата Национална концепция за социална икономика. Въпреки визията, че този сектор следва да се подкрепи, в Плана за нейното прилагане липсва яснота за това как да се развият секторните политики, така че социалното предприемачество да разгърне потенциала си и да се постигнат устойчиви резултати.

През 2018 г. в страната е приет Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, в сила от 03.05.2019 г. С него ясно се задава механизма на социалната и солидарната икономика, изграждани на основата на реципрочност и солидарност и създаващи условия за нарастваща взаимосвързаност между индивидуалните и колективните

интереси. Дава се и определение за социалното предприятие – в чл. 5 – 9 с необходимата конкретика и пояснения (Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика, ДВ. бр.91 от 2 Ноември 2018 г.).

При така наличната правна рамка, в България предстоят дейности по насърчаване на социалното предприемачество. Част от тях са планирани в периода 2014-2020 г. в рамките на две оперативни програми за финансиране на социални предприемачески инициативи. Остава обаче неясна хипотезата, доколко на практика те ще поощрят устойчиви модели и инициативи, ако не бъдат създадени добри регулаторни условия за развитие. Факт е, че от 2012 г. се събира статистическа информация за действащи социални предприятия в България. А през 2013 г. НСИ включва определение за социално предприятие и насочващи критерии към своите респондентите, с оглед на това дали се самоопределят като социално предприятие или не. И в същото време, нарочно разработеният сайт с националната база данни на МТСП за социалните предприятия в България, черпещ данни от НСИ, все още не функционира адекватно (както бе установено при опит за аналитично извеждане на данните), с което се затруднява работата по анализа на състоянието на сектора.

3. Практики за социални предприятия в сферата на туризма

Стремежът към очертаване на спецификите на българския контекст може да намери израз в привеждането на конкретни примери за практическа реализация на социални предприемачески инициативи във връзка с туризма. Тяхното представяне има също така за цел да открои аспекти на постиганите социални ефекти.

Община Бургас, Общинско социално предприятие „Морски знаци“, финансирано със средства от Европейския съюз (https://www.burgas.bg/bg/info/index/954)

Към 2016 г. в гр. Бургас функционира "Общинско социално предприятие "Морски знаци" за изработка на туристически сувенири, свързани с морето и Бургас. Предприятието наема хора с увреждания, самотни и многодетни майки или лица, които изработват изделия по традиционни български занаятчийски практики от разнообразни материали като текстил, кожа, стъкло, керамика, дърво и др.

*гр. Хасково, Социална поклонническа кооперация "ЕМАУС", реализиране на дейности в сферата на туризма, финансирани със средства по ОП: Развитие на човешките ресурси (*http://2020.eufunds.bg/bg/4/0/Project/*)*

През 2018 г. по ОП Развитие на човешките ресурси се финансира инициатива на Социална поклонническа кооперация "ЕМАУС", гр. Хасково, целяща подпомагане социалното включване на социално изключени лица - продължително безработни и безработни над 54 годишна възраст и създаване на условия за тяхната устойчива заетост във връзка с поклонническия туризъм и поклонническите пътувания. Като цяло, част от основна дейност на Кооперацията е свързана именно с осъществяването на туристическа дейност, обучение и консултиране (Социална поклонническа кооперация ЕМАУС).

*гр. София, Социал Травел ЕООД, регистриран туроператор (*https://socialtravel.bg/*)*

Социал травел ЕООД е туристическа компания, регистрирана и като социално предприятие, целяща да промени предлагането на туристически услуги, като ги направи достъпни за хората с увреждания, чрез разработването на специални туристически продукти и обучения за тях. През 2018 г. стартира инициатива за осигуряване на подкрепа за социално включване на 20 представителя на уязвими групи чрез създаване на условия за тяхната професионална интеграция, финансирана като одобрен проект по ОП Развитие на човешките ресурси.

Представените три практики са избрани случайно и са единствено израз на опита да се намери публична и свободно достъпна информация за дейността на социалните предприятия в сферата на туризма в България. Установяват се и други такива, преобладаващата част от които реализират дейността си чрез финансовото ѝ осигуряване по проекти и програми на ЕС. Това определено е интересен аспект, които поражда въпроса за ресурса на социалните предприятия в България и до колко той е достатъчен; както и провокира известни съмнения относно степента на разбиране на същността на социалното предприятие сред предприемачите.

Всъщност, социалното предприятие (особено в сферата на туризма) би следвало да се приема като пазарен субект, изпълняващ социална, културна или екологична мисия. И независимо от концептуалните позиции, социалното предприятие на практика функционира, за да реализира приходи, които след това да инвестира (значителна част или всичките приходи / печалби) обратно в проекти на общността. Също така, социалното предприятие не би трябвало да е изцяло зависимо от безвъзмездни средства или дарения (по това те се различават от НПО). Вместо това, то си осигурява финансова устойчивост чрез продажбата на свои продукти и услуги.

Опитът показва, че създаването на социални предприятия изисква активна ангажираност, разходването на финансов, емоционален и времеви капитал (Noll, 2017). В случаите, когато се инициативите се реализират със замисъл и функционират успешно, те допринасят за значим за цялата общност резултат, включително и за заетите в тях.

4. Ключови предимства на социалните предприятия в сферата на туризма

Може да се приеме, че като особено подходящо както за развитието на туризма, така и във връзка със социалното предприемачество се очертава дребното предприемачество, приемано за едно от стратегическите направления за борба с бедността, включително и с други социални проблеми (Мадгерова, Кюрова, 2014). Ето защо, при търсене на възможности за реализиране и развитие на социални предприятия в туризма в България усилията могат да се насочат две главни посоки, а именно: към създаване на партньорства между публичната власт и съществуващи или възникващи социални предприятия, които биха могли да предложат изработване на автентичен сувенирен, хранителен или информационен продукт; и към установяване на делови отношения на доверие и работа в партньорства със социална ангажираност, които улесняват налагането на високи качествени стандарти и намиране на нови пътища за представяне на местни продукти на пазара чрез туризма.

Установяването на отношения на сътрудничество традиционно се свързва с генериране на позитиви за всички партниращи си страни. В случая на туризма, те биха способствали за увеличаване на степента на удовлетвореност на българските и чуждестранни гости от избрания туристически продукт, както и биха повишили социалната ангажираност сред общността. Разбира се, макар и социалното предприемачество в туризма да е добра практика както за бизнеса, така и за общността (Reinke, 2018), подходът не е без предизвикателства. Изследване, проведено в Канада показва, че независимо от трудностите за количествено остойностяване на ползите за общността, те могат да бъдат косвено определени с помощта на методологията за социална възвръщаемост на инвестициите. С него се установява, че за всеки $ USA 1, инвестиран в социално предприятие, очакваната възвръщаемост от $ USA 4.13 в полза на общността (Ernst & Young, 2017). Впечатляваща възвръщаемост от над 300 %, включваща по-ниски разходи за здравеопазване, намалена зависимост от социални услуги (за жилища, храна и т.н.), по-

ниска престъпност, както и други аспекти. Най-значим обаче е индиректният ефект, оказан върху подобряването на качеството на живот.

Заключение

В обобщение, може да се заключи, че през последните години в България се наблюдава сериозен интерес към социалното предприемачеството и това е довело до развитие на социални предприемачески инициативи във връзка с туризма. Констатираният потенциал обаче, все още не се разпознава напълно, а ресурсното осигуряване на съществуващите социални предприятия се осигурява предимно с външно финансиране по европейски проекти и програми. Може да се предположи, че липсват и специфични за социалното предприемачество умения и култура у представителите на сектора, които се ангажират със социални каузи или проявяват склонност за това. Като цяло, липсва цялостна и дългосрочна визия за съществуването на социални предприятия и за техния обществен принос. Правното регламентиране на социалното предприемачество обаче, създава необходимата специфична среда и нужната основа за развитие на инициативи, които да способстват за разрешаването и удовлетворяването на разнообразните социални потребности, съществуващи в нашата страна.

ЛИТЕРАТУРА

Брой социални предприятия по области (2019), достъпно на адрес http://seconomy.mlsp.government.bg/db/bg/map-bg-2 (12.07.2019).

Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика. (2018), достъпен на адрес https://www.mlsp.government.bg/ckfinder/userfiles/files/dokumenti/zakoni/ZAKON_za_predpriqtiqta_na_socialnata_i_solidarna_ikonomika.rtf (12.07.2019).

Идентификация на проектно предложение, достъпно на адрес http://2020.eufunds.bg/bg/4/0/Project/Details?contractId=gt2alcYVTe4%3D&isHistoric=False (14.07.2019)

Мадгерова, Р., Кюрова, В. (2014). Дефиниране, характеристики и проблеми на семейния бизнес, Икономика и управление, год. X, №2, сс. 97-105, достъпно на адрес http://em.swu.bg/images/SpisanieIkonomikaupload/SpisanieIkonomika2014/DEFINITION%20CHARACTERISTICS%20AND%20PROBLEMS%20OF%20FAMILY%20BUSINESS.pdf (10.07.2019).

Михайлов, С. (2014) Социални предприятия в България, Доклад по ОП „Развитие на човешките ресурси”, достъпен на адрес https://socialenterprise.bg/resources-1/biblioteka.html (10.07.2019).
Насърчаване и развитие на социалните предприятия в България, Пътна карта (2015 – 2020), достъпно на адрес http://bcnl.org/uploadfiles/documents/publikacii/plan_se.pdf (12.07.2019).
ОП "МОРСКИ ЗНАЦИ", достъпно на адрес https://www.burgas.bg/bg/info/index/954 (16.07.2019).
Проект „Развитие на социално предприемачество в туристическите услуги, чрез достъп до заетост и социално включване във фирма „СОЦИАЛ ТРАВЕЛ“ ЕООД” – BG05M9OP001-2.010-0223-C01, достъпно на адрес https://socialtravel.bg (16.07.2019).
Русанова, Л. (2011). Концепцията за социално предприемачество и българския опит, Научни трудове на Русенския университет - 2011, том 50, серия 5.1, сс. 28-32, достъпно на адрес http://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/cp11/5.1/5.1-5.pdf (10.07.2019).
Социална поклонническа кооперация ЕМАУС, достъпно на адрес https://tr.bivol.bg/view.php?eik=204374360 (16.07.2019).
Социално предприемачество и контрол на социалните услуги в България и в ЕС, достъпно на адрес http://bcnl.org/uploadfiles/documents/publikacii/predpriemachestvo_i_kontrol.pdf (18.07.2019).
2 милиона социални предприятия в ЕС. (2018), достъпно на адрес https://clinica.bg/ (10.07.2019).
A progress report on Social Enterprise: a strategy for success, Retrieved from http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http://www.dti.gov.uk/socialenterprise/pdfs/strat_success.pdf (17.07.2019)
Reinke, A. D. (2018). Why tourism social entrepreneurs are good for business and community, Retrieved from https://www.travindy.com/2018/03/why-tourism-social-entrepreneurs-are-good-for-business-and-community/ (15.07.2019)
Ernst & Young LLP. (2017). Social impact of hiring target employee group individuals. Retrieved from http://www.atira.bc.ca/sites/default/files/APMI%20Social%20Impact%20Report%20-%20July%202017.pdf (15.07.2019).
Noll, D. (2017). How to Use Social Enterprises to Improve Your Travel and Make a Difference, Retrieved from https://uncorneredmarket.com/social-enterprises-travel/ (19.07.2019).