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

ОПИТЪТ НА СРЪБСКИТЕ ПРОИЗВОДСТВЕНИ КОМПАНИИ В LEAN ПРОИЗВОДСТВОТО

Gordana Stojmenović, Belgrade business academy for applied studies, Republic of Serbia
Проф. д-р Любчо Варамезов
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов, България

Резюме: *Lean е систематичен подход към непрекъснато усъвършенстване, който се фокусира върху дейности, които намаляват загубите в производството и допринасят за просперитета на компанията. Основава се върху развитието на нов начин на мислене и култура на непрекъснато усъвършенстване, на идеята, че всеки производствен процес се състои от два вида дейности – продуктивни и „ненужни” дейности (дейности, които не допринасят за стойността на продуктите). Проведеното емпирично проучване цели да установи нивото на прилагане на Lean производството в производствените компании в Република Сърбия, както и колко и как се използват ключовите инструменти за подобряване на производството. Резултатите показват, че повечето от участващите в проучването компании използват инструментите на Lean концепцията в своята дейност.*

Ключови думи*: Lean производство, Lean концепция, сръбски производствени компании, принципи на Lean производството*

1. Въведение

В съвременните бизнес условия клиентите стават все по-взискателни по отношение на качеството, функционалността, сроковете за доставка и цените на продуктите. Глобалната конкуренция и увеличените изисквания на пазара налагат на компаниите да намерят нови начини за запазване и подобряване на тяхната конкурентоспособност. Силно конкурентната среда мотивира компаниите непрекъснато да работят за подобряване на корпоративните и оперативните резултати, за намаляване на разходите и за оптимизиране на производствените и бизнес дейностите. Фокусът върху продуктовото производство чрез дейности, които добавят стойност и отстраняват загубите в процеса, насочват модерните компании към нов подход за управлението на производството - Lean концепцията.

2. Същност и принципи на Lean производството

Lean концепцията е отражение на тенденцията да се премахнат всички форми на загуби и да се преодолее недостигът на производствени ресурси, като в същото време се подобряват качеството, гъвкавостта и скоростта на реагиране на импулсите, идващи от околната среда. Тя се основава на принципа на ефективност, че трябва да се направи само това, което е необходимо, когато е необходимо, в точна сума с минимално потребление на ресурси. Оправдан критерий за потреблението на всеки ресурс е създаването на нова стойност, която купувачът е готов да плати.

Lean системата за оптимално производство може да се определи като пазарна, интегрирана и гъвкава система, която изисква високо ниво на вътрешна и външна координация на бизнес дейностите с много бързи и чести потоци от продукти и информация. Lean е систематичен подход за непрекъснатото усъвършенстване, който се фокусира върху дейности, които намаляват загубите и допринасят за развитието на организацията. Основава се върху развитието на нов начин на мислене и култура на непрекъснато усъвършенстване. Lean производството се основава на идеята, че всеки промишлен процес се състои от два вида действия - продуктивни и „ненужни“ действия (действия, които не допринасят за стойността на продуктите).

Основните принципи, залегнали в основата на Lean производството, са: идентифициране на клиентите и добавената стойност, която продуктите им носят; определяне на потоците от стойности; създаване на поток от стойности чрез премахване на всяка дейност, която не добавя стойност към процеса; произвеждане само това, което клиентът изисква; търсене на съвършенство. Общото приложение на тези пет принципа във всички функции на производствената система може значително да подобри нейната ефективност. Тези принципи могат също да бъдат считани за стъпки в процеса Lean.

3. Lean производството в сръбските производствени компании

Целта на проведеното през юни-юли 2018 г. емпирично проучване е да се определи степента на познаване и прилагане на Lean инструментариума за подобряване на производството на компаниите, опериращи в Сърбия.

Броят на чуждестранните инвестиции в Сърбия се е увеличил през последните няколко години, а чуждестранните инвеститори носят със себе си и know-how. Затова, въпреки че Lean е сравнително

нова производствена концепция, резултатите от проучването не са изненада. Те показват, че повечето сръбски компании прилагат Lean концепцията. Налице е тенденция за увеличаване на броя на компаниите, които започват да използват Lean производство.

Таблица 1. Година на въвеждане на Lean-концепцията

Брой компании	3	2	1	1	3	2	6
Година на въвеждане на Lean	2011	2010	2012	2009	2005	1998	Не е посочено

Ако се сравни продължителността на опита в Lean производството и изпълнението на очакванията от Lean, не може да се заключи, че времето е критичен фактор за успеха. В компаниите, прилагащи Lean от 2005 г. и по-рано, изпълнението на очакванията от Lean е оценено както в тези компании, които започват да прилагат Lean след 2010 г. Оценката и в двата случая се колебае между частично и напълно изпълнени очаквания.

Генералните директори/директорите на производството, попълнили анкетната карта, отговарят, че в достатъчна степен са запознати с Lean производството или са напълно запознати. На първо място, 11% от тях смятат, че Lean е метод за намаляване на броя на служителите. Разбира се, Lean техниките и инструментите могат да бъдат използвани за анализиране на излишъка на служителите, но основната философия на Lean е да използва тези ресурси за по-нататъшно усъвършенстване и растеж. Друг интересен аспект е, че само 11% от общия брой участници виждат Lean инструментариума като метод за изграждане на нов начин за правене на бизнес. Повече от половината от респондентите (56%) смятат Lean за напълно интегрирана в управлението философия и това е предпоставка за успех и устойчивост.

За 85% от респондентите причината компанията да реши да приложи Lean философията, нейните инструменти, техники и методи е постоянният натиск за подобряване на оперативните и корпоративните резултати, а за 80% - поддържането на конкурентни предимства в цената и обслужването. Нито една компания не е посочила отговора „изискванията на клиента, за да се намали цената“ като причина за въвеждане на Lean философията.

Очакванията от Lean не са постигнати напълно в нито една от проучените компания (фиг. 1). Това показва, че не е лесно да се приложи Lean на практика и че не е достатъчно просто да се копират

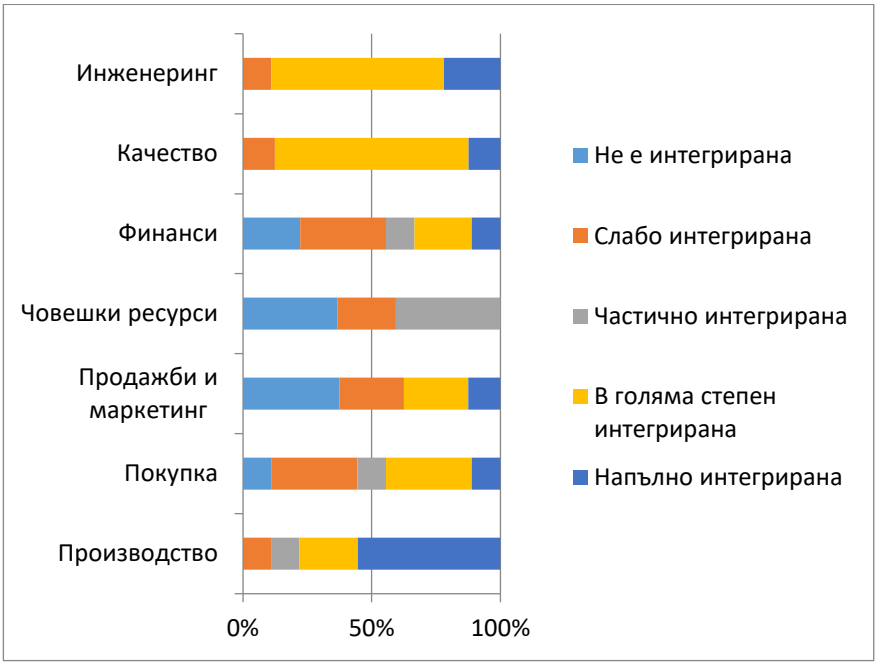
принципи и техники. От друга страна, нито една компания не е недоволна от приноса на Lean в компанията и стигаме до заключението, че компаниите са на прав път при прилагането на Lean производството. В крайна сметка това се потвърждава и от цялостния резултат за изпълнените до голяма степен очаквания (56%).



Фиг. 1. Степен на изпълнение на очакванията от Lean

Интерес представлява и въпросът за степента на интегриране на функциите на компанията в реализацията на Lean (фиг. 2). За 56% от респондентите производствената функция е напълно интегрирана в прилагането на Lean философията, което е съвсем естествено. Тъй като продуктовото инженерство, разработването на продукти и процеси стоят много близо до производството и спомагат за извършването на всички технически промени, не е изненадващо, че в 22% от случаите тази функция е напълно интегрирана в реализацията на Lean, а в 67% - в голяма степен. Въз основа на отговорите на анкетираните можем за заключим, че качеството е силно интегрирано в реализацията на Lean. За 67% от анкетираните тя е силно интегрирана, а за 11% от тях - напълно ангажирана в реализацията на Lean философията. От анализа на резултатите се вижда, че функцията „продажби и маркетинг“ е с най-малко участие на всички функции в прилагането на методи и техники за Lean, както и че 33% от анкетираните не са интегрирани в прилагането на Lean. Този резултат не е изненадващ, тъй като извадката се

състои само от производствени компании, за които на първо място стои въпросът за организацията и подобряването на производствения процес.



Фиг. 2. Степен на интеграция на функциите на компанията в реализацията на Lean

На въпроса „Кой от следните аспекти сте взели предвид по време на организационното внедряване на Lean и по ваше мнение (по скала от 1 до 4) е от решаващо значение за успешна трансформация в Lean?“ повече от половината от анкетираните са взели предвид посочените позиции, с изключение на последните четири аспекта в Таблица 2. За улеснение на анализа на данните, те са обособени в три групи: първата група, състояща се от повече от 80% от лицата, които са отговорили положително на въпроса, втората група от 50% до 80%, а третата група - до 50%. Съществуват 7 аспекта от общо 21, взети предвид в повече от 80% от фирмите. Тези 7 точки се отнасят до включването на служители, комуникация и отношението на ръководството. Изключителното им значение е подчертано и в литературата на различни автори по концепцията Lean. Според компаниите всички служители трябва да бъдат обучавани в „Lean мислене“ и „Lean умения“.

Таблица 2. Обмислени аспекти при дефиниране на стъпките за изпълнение на Lean

Ранг	Отговор	Да (%)
1	Бордът на директорите и висшето ръководство активно управляват и подкрепят промените	89%
2	Включване на операторите в процеса на подобряване чрез екипи, работещи за непрекъснато усъвършенстване	89%
3	Придобиване на посвещението на служителите, както и доверието на служителите	89%
4	Силно ръководство, лидерство	89%
5	Резултатите на LEAN не са свързани със съкращения	89%
6	Превръщане на „top-down“ лидерство в инициатива „bottom-up“	89%
7	Учете всички служители на LEAN мислене и LEAN умения	89%
8	Информация за процеса на трансформация, цели и др.	78%
9	Инициативите за подобрения идват от служители, независимо от подкрепата за мениджмънта, защото напълно разбират ползите от LEAN	78%
10	Наличие и достъпност на висше ръководство в производството	78%
11	Ресурсите, извлечени от ползите и ръста на производителността, се реинвестират в търсене на още по-големи подобрения	78%
12	Лидерите предпочитат да мотивират и обучават тези, които създават добавена стойност, вместо да им казват какво да правят	78%
13	Въвеждане на награди и стимулиране на системата за успешни проекти на LEAN	78%
14	Намирането на добър „агент за промяна“, т.е. Хора, които поддържат и разпространяват вашите виждания	67%
15	Натиск от страна на ръководството (задължително участие в семинари и обучения)	67%
16	Изграждане на вътрешна връзка клиент-доставчик	67%
17	Включване на доставчици и клиенти в LEAN процеса	67%
18	Периодът на криза, който мотивира организацията да се промени	44%
19	Започнете важна и видима дейност възможно най-скоро	44%
20	Търсенето на съвършенство	44%
21	Невключване на мениджъри, които не ще разпространяват енергия в отдадеността на LEAN философията	33%

Ако анализираме концепциите, които се разглеждат при изпълнението на третата група (по-малко от 50% от участниците в изследването), е интересно да се отбележи, че само 33% от компаниите отчитат различното отношение и поведение на отделните мениджъри според Lean концепцията. Това е най-вероятно, защото решенията, взети на заседанията на висшето ръководство, трябва да бъдат спазвани и изпълнени без изключение. Другите три аспекта на третата група могат да бъдат свързани с фокуса на компаниите да установят стабилността

на процеса, независимо от периода на криза, краткосрочните изисквания и дългосрочният стремеж към съвършенство.

Интересно е, че всички компании, в които частично са изпълнени очакванията от Lean, включват служители в процеса на подобряване на екипите, работещи по непрекъснато усъвършенстване, но има място за по-голяма ангажираност на Lean и постигане на резултати чрез прилагане на натиск за задължително участие в обучение и семинари и чрез намиране на добър „агент за промяна“. Ако се вгледаме в аспекти и концепции, които са взети под внимание във всички компании, които отговарят на очакванията на Lean, се вижда, че трите фактора: доверие, добро лидерство и комуникация, имат голямо влияние. Въз основа на резултатите, можем да заключим, че в допълнение към Lean техниките, методите и инструментите изключително важна роля за успешното изпълнение на Lean има лидерството и наличието на добри лидери.

Заключение (Изводи)

Представените резултати от емпиричното изследване ще помогнат на сръбските компании да идентифицират факторите, които възпрепятстват или забавят процеса на внедряване на Lean. Ръководството трябва да разбере и да подчертае значението на преодоляването на бариерите и съпротивата срещу успешното прилагане на Lean производство в техните компании. Ясно е, че е необходимо да се използват Lean инструменти, за да се намалят разходите, да се увеличи удовлетвореността на клиентите, да се намалят производствените цикли, да се намалят доставките и престоите на машините.

Обобщавайки, може да се заключи, че е налице потенциал и възможности за прилагане на Lean концепцията в компаниите в Сърбия, а в тези, които вече я използват - за още по-добро и по-пълно приложение.

ЛИТЕРАТУРА

Бурович, Д., Булатович, М. От класическа към Lean концепция и процесен подход. Качество, vol. 21, iss. 9-10, 2011, с. 51-53.

Младенович, С., Милосавлевич, П. Пътят към Lean Six Sigma компания', *International Journal „Total Quality Management & Excellence*, vol. 38, no. 3, 2010, с.71-78.

Новишевич, Б. *Системата за Lean производство като предизвикателство към управленското счетоводство*, 12-ия конгрес на Асоциацията на счетоводителите и одиторите на Република Сръбия, SRRRS, Баня Вручица, Теслич, 2008.

Секерез, В. *Предизвикателствата при изчисляване на разходите в условията на производствена среда*, на: 40-ия симпозиум на Асоциацията на счетоводителите и одиторите на Сърбия (XL), Златибор, SRRS, Белград, 2008, с. 311-333.

Rachna, S., Ward, P., 'Defining and Developing Measures of Lean Production', *Journal of Operations Management*, vol.25, 2007, p.785-805.

Benders, J., Morita, M., 'Changes in Toyota Motor's operations management', *International Journal of Production Research*, vol. 42, no. 3, 2004, p.433–444.