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

ДИНАМИКА НА СЕЗОННОСТТА В ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС

Гл. ас. д-р Венцислав Перков,
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Резюме: *В настоящата разработка са разгледани теоретичните постановки, свързани със сезонността в туризма. Обобщени са негативните тенденции, породени от сезонността както за туристическия бизнес, така и за околната среда и обществеността. Проучени са различните методологии на изследване на сезонността, като в настоящата разработка е приложен коефициент на Gini за отчитане на колебанията за 2012 г. и 2018 г. Факторите, които са изследвани, са приходи от нощувки в места за настаняване, относителна заетост на местата за преспиване, леглоденонощия в места за настаняване – общо и реализирани нощувки в места за настаняване – общо. Вследствие на направения анализ са откроени някои поважни изводи.*

Ключови думи*: туризъм, сезонност в туризма, коефициент на Gini*

1. Въведение

Сезонността в областта на туризма е ясно изразен и силно действащ фактор. Тя предизвиква различни негативни ефекти както върху икономическите субекти и населението, така и върху природната среда. Целта на изследването е да се систематизират и обобщят насоките на изследване на сезонността в туристическия сектор на България, като се направи сравнителен анализ на величината на сезонността за 2012 г. и 2018 г. Поставената цел е свързана с изясняването на следните задачи: теоретичен преглед на изследванията на сезонността в туризма; избор на инструментариум и построяване на рамка на изследването и анализ на получените резултати.

2. Теоретичен синтез на сезонността в туризма

A. Trajkov J. Biljan и C. Andreeski (Trajkov, Biljan, & Andreeski , 2016, стр. 485-498) и N. Alzboun (Alzboun , 2018, pp. 131-132) изследват множество теоретични постановки, свързани със сезонността и достигат до извода, че съществуват две категории фактори, влияещи

върху търсенето в туризма: природни и институционални (социо-културни). Природните фактори са свързани предимно с елементите на климата в определената област или държава – температура, валежи от дъжд и сняг, продължителност на деня и др. Към институционалните фактори се включват: ваканции, обичаи и мотивация за пътуване, време и продължителност на събитията. Сезонността в туризма предизвиква негативни влияния върху икономическата и социалната система, както и върху околната среда. Това се дължи най-вече на неудобства, свързани с пътуванията, загуби за предприемачите, увеличаване на цените, прекомерно използване на ресурсите и значително замърсяване на околната среда в пика на сезона и др.

Според J. Turrion-Prats и J. Duro (Turrion-Prats & Duro , 2018, pp. 23-31) проблемът със сезонността в туризма не е свързан единствено с природните фактори, той е комплексна организационна и маркетингова задача. Посочените автори обобщават сезонността в туризма през призмата на четири групи фактори. Първо, сезонността води до неефективно използване на съществуващите активи и въздейства отрицателно върху комуникацията между потенциалните клиенти и предприятието във времето (маркетингов аспект). Второ, поражда необходимостта от инвестиции в човешки капитал, при което съществува риск от загуба на възвръщаемост в бъдеще, поради сезонния характер на дейността и текучеството на кадри. Трето, сезонността при туристическата дейност предизвиква неравномерно натоварване на природните ресурси, като при претоварване съществува голям риск от замърсяване на околната среда и предизвикване на други неблагоприятни влияния. Четвърто, социална неудовлетвореност на местното население след края на сезона.

M. Ferrante, G. Lo Magno и S. De Cantis (Ferrante, Lo Magno, & De Cantis , 2018, pp. 220-235) също описват негативните последствия от сезонността върху туристическата индустрия. Те отбелязват, че два от най-често използваните индекси за измерване на сезонността в туризма са: коефициентът на Gini и коефициентът на Theil и поради тази причина се насочват към класифициране на европейските държави според степента на амплитудата на сезонността. Вследствие на проведеното емпирично изследване, те обобщават, че летният пик в България и Хърватия е най-висок.

Сезонността в туризма може да се дефинира като сезонен дисбаланс, появяващ се при туристическите потоци, който може да се обясни като следствие на множество действащи фактори (Turrion-Prats & Duro , 2018, p. 24). Измерването на сезонността включва няколко

възможни метода: „сезонна амплитуда“ – разликата между най-високите и най-ниските месечни сезонни индекси; „сезонно съотношение“ – най-голямата сезонна стойност, разделена на средната; „сезонен индикатор“ – средната, разделена на най-голямата сезонна стойност; „Коефициент на Gini“ – използва се като сезонен индекс, който показва сезонното вариране – намаление и увеличение на търсенето през годината, сравнено със средната за сезона (Alzboun , 2018, p. 132).

Коефициентът Gini служи като индикатор за стабилност и липса на чувствителност към отдалечените случаи. Индексът Gini дава по-голяма тежест на наблюденията, които са позиционирани около средната (Turrion-Prats & Duro , 2018, p. 24). Коефициентът Gini по дефиниция е базиран на кривата на Lorenz, която разпределя комулативния дял на месечните данни за туризма по вертикалната ос и месеците, ранжирани от най-малкия до най-големия брой на месечните данни на изследвания туристически индикатор по хоризонталната ос. В регион без сезонност в областта на туризма, сезонността следва кривата на Lorenz, разположена на 45 градуса. Коефициентът Gini се получава като се удвои пространството между линията без сезонност и наблюдаваната крива на Lorenz – като варира между 0 и 1 – колкото по далеч от нулата е получената стойност, толкова по-изявена е сезонността в изследвания регион (Saitoa & Romãob, 2018).

G. Porhallsdottir и R. Olafsson (Porhallsdottir & Olafsson, 2017, pp. 17 - 24) анализират сезонността в туризма в Исландия като залагат на използването на коефициента Gini но на различно равнище – дестинация, а не държава. Според тях изследването на ниво дестинация открива възможности пред хотелиерския мениджмънт за планиране на туристическия поток, персонала и възможностите за придвижване. От друга страна държавата също може да прецени необходимостта от изграждане на подходяща инфраструктура, за да спомогне за придвижването на туристическия поток. J. Rossello и A. Sanso (Rossello & Sanso , 2017, pp. 379-389) използват индекс на ентропия и негови трансформации като алтернатива на коефициента Gini за измерване на сезонността в туристическия бизнес.

Вследствие на разгледаните теоретични и емпирични разработки могат да се открояят следните по-важни направления в изследванията на сезонността в туризма:

- авторите се обединяват около идеята за негативното влияние на сезонността върху туристическия сектор, а факторите, които влияят, са обединени в две големи групи – природни и институционални;

- използват се определени техники за анализ на сезонността, сезонен индекс, коефициент на Gini, коефициент на Theil, коефициенти на ентропия, сезонна декомпозиция, класификационни техники и по-сложни статистически модели;
- използването на коефициентите за анализ на сезонността се извършва на различни периоди – дни, седмици, месеци, като се наблюдава степента на изменение за съответната година;
- равнищата на изследване са: регион, държава, дестинация.

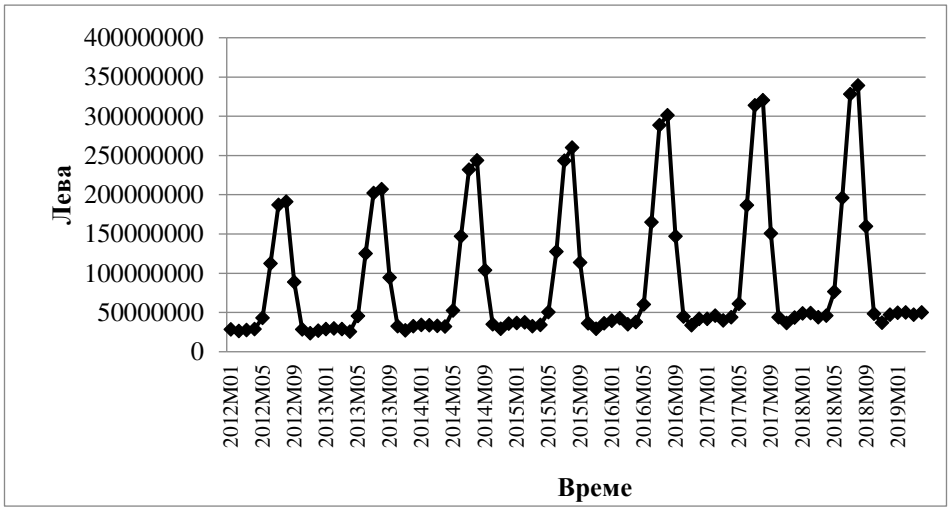
След като е изградена класификационна рамка на изследванията, настоящата разработка може да се отнесе към тези, ориентирани на месечна база, с цел отчитане на промените по години, на равнище държава и метод на статистическа обработка – коефициент на Gini.

Методологията на изследването обхваща: 1) избор на променливи: приходи от нощувки в места за настаняване (IN), относителна заетост на местата за преспиване (BR), леглоденонощия в места за настаняване – общо (LDN), реализирани нощувки в места за настаняване – общо (RN); 2) графично представяне на данните като времеви редове – месечни данни от началото на 2012 г. до месец април 2019 г. (поради промяна в методологията на изчисляване не са използвани данни преди 2012 г.); 3) изчисляване на коефициента на Gini и сравняването му за 2012 г. и 2018 г. Информационното осигуряване на изследването е от базите с данни на Eurostat и Националния статистически институт.

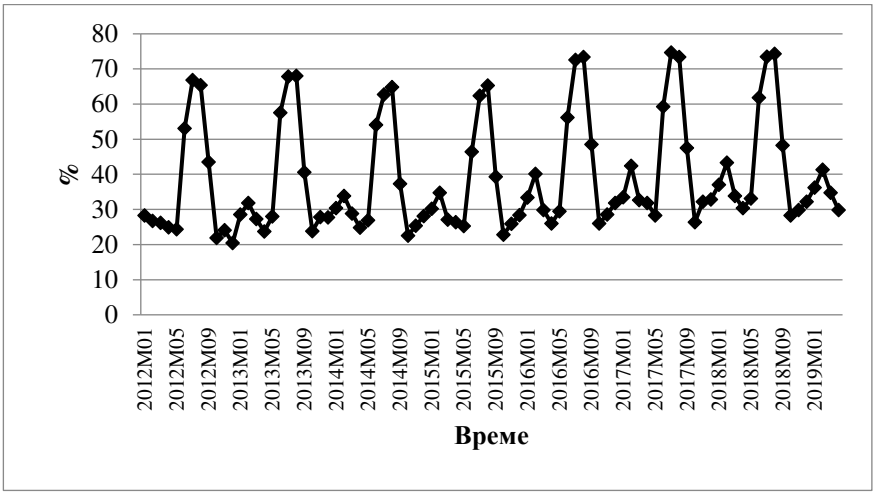
3. Графичен анализ на променливите и динамика на сезонността по години

На фиг. 1. е представена динамиката на променливата „приходи от нощувки в места за настаняване (IN)“. Данните са предварително дефлирани чрез индекс на потребителските цени. Както е показано на фиг. 1. сезонността е ясно отчетлива през месеците юли и август. Освен това се наблюдава увеличаване на нейната аплитуда за изследвания период.

Данните от фиг. 2. отразяват динамиката на относителна заетост в местата за преспиване (BR). Тук също отчетливо се наблюдава сезонност през месеците юли и август, като може да се отбележи, че сезонната аплитуда се запазва през годините на изследвания период. Освен това всяка година през месец февруари се наблюдава повишаване на относителната заетост в местата за преспиване, като амплитудата след 2015 г. постепенно се увеличава.

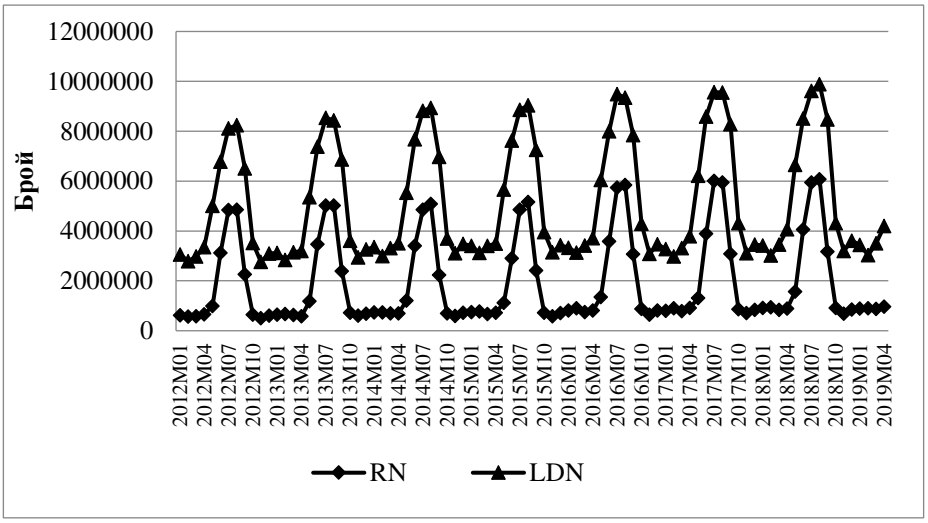


Фиг. 1. Динамика на приходите от нощувки в места за настаняване по месеци за периода януари 2012 г. – април 2019 г.



Фиг. 2. Динамика на относителната заетост в местата за преспиване по месеци за периода януари 2012 г. – април 2019 г.

Данните от фиг. 3. описват сезонността в броя на леглоденоно-щия в места за настаняване – общо и реализирани нощувки в места за настаняване – общо. Тук движението е съпоставимо с динамиката на приходите от нощувки в места за настаняване.



Фиг. 3. Динамика при леглоденонощията в места за настаняване – общо и реализирани нощувки в места за настаняване – общо по месеци за периода януари 2012 г. – април 2019 г.

От визуализацията на фиг. 3. може също да се отчете леко нарастване на амплитудата на сезонността през последните години и за двете изследвани променливи. След като се установи наличие на сезонност във всички изследвани динамични редове, се преминава към представяне на резултатите, получени за коефициента Gini за 2012 г. и 2018 г. за всеки от индикаторите. Резултатите са генерирани с програмния продукт Gretl и са поместени в табл. 1.

Анализът на табл. 1. показва, че в туристическия сектор на България съществува отчетлива сезонност, която при едни индикатори е ниска, а при други е на средно равнище (близка до 0,5). Въпреки че използваните данни, за приходите от нощувки в местата за настаняване, са дефлирани, може да се отчете нарастване на коефициента Gini с е дин пункт, в рамките на 6 години. Величината на коефициента Gini осезаемо намалява за същия период при показателя за относителна заетост на местата за преспиване. Това може да се дължи на увеличаване на броя на местата за преспиване, което от своя страна да се окаже влияние върху тяхната средна заетост.

Сезонността при броя на леглоденонощията в местата за настаняване също се увеличава с малко повече от един пункт. Това донякъде може да се обясни с нарастването на неравномерността при приходите от нощувки в местата за настаняване, но от друга страна сезонността леко спада при реализираните нощувки в местата за настаня-

ване. Въпреки това сезонността при реализираните нощувки в местата за настаняване остава близка до средното равнище.

Таблица 1. Величина на коефициента Gini за 2012 г. и 2018 г. за променливите „приходи от нощувки в места за настаняване“, „относителна заетост на местата за преспиване“, „леглоденонощия в места за настаняване – общо и реализирани нощувки в места за настаняване – общо

Променливи	Коефициент Gini по години	
	2012	2018
Приходи от нощувки в места за настаняване	0,434256	0,444429
Относителна заетост на местата за преспиване	0,23708	0,195438
Леглоденонощия в места за настаняване – общо	0,23445	0,248534
Реализирани нощувки в места за настаняване – общо	0,467651	0,438613

Заключение

От проучването на литературни източници с теоретичен и емпиричен характер и направения анализ на сезонността в туристическия бизнес могат да се открояят следните по-важни изводи:

- сезонността влияе негативното върху туристическия сектор, като предизвиква икономически и социално-културни проблеми;
- използваната методологическа рамка, и резултатите, получени за коефициента Gini, за двете сравнявани години (2012 и 2018) показват, че при два от показателите за туристическата индустрия се отчита намаление в сезонността, а при другите два леко увеличение;
- индикаторите: „приходи от нощувки в места за настаняване” и „леглоденонощия в места за настаняване – общо” са с голяма амплитуда на вариране и съответно с нарастващи стойности на коефициента Gini.

ЛИТЕРАТУРА

Alzboun, N. (2018). Measuring Seasonality of Tourism Demand in Petra, Jordan (2006 - 2107). *Modern Applyed Science, 12*(9), 131-139.

Ferrante, M., Lo Magno, G., & De Cantis , S. (2018). Measuring tourism seasonality across Eropean country. *Tourism Management, 68*, 220 - 235.

Porhallsdottir, G., & Olafsson, R. (2017). A method to analise seasonality in the distribution of tourists in Iceland. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 19*, 17 - 24.

Rossello, J., & Sanso, A. (2017). Yearly, monthly and weekly seasonality of tourism demand: A decomposition analysis. *Tourism Management, 60*, 379e389.

Saitoa, H., & Romãob, J. (2018). Seasonality and regional productivity in the Spanish accommodation sector. *Tourism Management, 69*, 180–188.

Trajkov, A., Biljan, J., & Andreeski , C. (2016). Overview and characteristics of tourism seasonality in Ohrid. *ECONOMIC THEMES, 54*(4), 485-498.

Turrion-Prats, J., & Duro , J. (2018). Tourist seasonality and the role of markets. *Journal of Destination Marketing & Management, 8*, 23 - 31.