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

ИНОВАТИВНОСТ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ФИРМИ

Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева
Стопанска академия „Д. А. Ценов" – Свищов
Катедра „Аграрна икономика"

Резюме**:** *В туристическия сектор иновативността на компаниите може разумно да се счита за един от най-важните фактори за ефективност. Това подчертава значението на иновативността на туристическите фирми – а именно пазарна и предприемаческа ориентация – съсредоточени върху туристическия сектор. По този начин туристическите фирми следва да бъдат насърчавани да въвеждат повече предприемачески и маркетингови дейности за повишаване на иновативността, което насърчава по-доброто представяне на фирмите. На тази основа може да се постигне по-голямо конкурентно предимство.*

Ключови думи*: туризъм, туристически фирми, пазарна ориентация, предприемаческа ориентация, иновативност, резултати*
JEL: L83, M310, O31

1. Въведение

Обхватът на иновациите на национално и международно ниво (макро ниво) и на корпоративно ниво (микро ниво) привлича вниманието на много изследователи, практици и преподаватели, които се стараят да осигурят възможно най-добрите знания за иновациите. Изследователите Шкаре и Томич (2014) твърдят, че икономическият прогрес се ръководи до голяма степен от иновациите и затова предлагат по-добра система за мониторинг и насърчаване на иновациите. Въпреки това проучванията, изследващи факторите и ефектите на иновациите, са до голяма степен ограничени до производството (Hjalager, 2010), тъй като традиционната теория за иновации произлиза от производствената индустрия (Hjalager, 2009).

Нарастващият дял на услугите в световната икономика показва значението на измерването на нивото на иновационен потенциал, условията за създаване на иновативна среда във фирмата и, разбира се, последиците за индустрията на услугите (Miles, 2003). Туризмът се превърна във водеща световна дейност в сферата на услугите, измерена от влиянието му върху социалното и икономическото развитие на регионите и страните, както и от броя на заетите от тях служители

(Holjevac, 2003). Той също така играе съществена роля за развитието и възможностите за бизнес, тъй като автентичните, модерни, иновативни и уникални туристически продукти и услуги предлагат възможности за по-нататъшен растеж в икономиката (Ivankovič, Janković and Peršić, 2010). Освен това дълбоките последици от глобализацията окончателно се отразиха на туристическия сектор. По този начин е необходимо туристическите компании да се сблъскат с развитието на нови технологии и най-вече със структурни и организационни иновации (Stamboulis and Skayannis, 2003).

2. Иновации

Schumpeter (1934) като пионер в областта на иновациите, групира иновационните дейности в пет категории: а именно иновации на продукти / услуги (въвеждане на нов продукт или услуга), иновации в процеса (прилагане на нов метод на производство), маркетингови иновации (възникване на нов пазар), нови ресурси (нови източници на суровина) и организационни иновации (разработване на нови организационни форми). Икономическите, технологичните и организационните промени винаги могат да бъдат свързани с иновативността.

Въпреки че през последните години бяха публикувани поредица от доклади в областта на иновациите, Андерсън, Поточник и Джоу (2014) подчертаха, че все още има място за нови изследвания в областта на иновациите, особено поради различни подходи и неопределени теоретични основи. в съществуващите проучвания.

Една група от автори разглеждат иновативността като принос за твърда конкурентоспособност и бизнес резултати (Jiménez- Jiménez and Sanz-Valle, 2011; Nicolau and Santa-Maria, 2013; Orfila-Sintes and Mattsson, 2009; Pivčević and Praničević, 2012; Simpson, Siguaw, and Enz 2006; Spencer, Buhalis, and Moital, 2012; Thornhill, 2006; Weerawardenaa, O'Cass, and Julian, 2006). „Конкурентното предимство се осигурява чрез конкурентни туристически продукти и качеството на стоките и услугите на свързани и подкрепящи индустрии“ (Божинова, Томева, Иванова и Петрова, 2013, стр. 92). В днешно време фирмите трябва да правят иновации, за да постигнат дългосрочен успех и резултати, за да се справят с бурната външна среда на динамичния глобален пазар (Jimenez-Jimenez and Sanz-Valle, 2011). Организация, която познава клиентските нужди и вкусове, може да реагира адекватно при създаването на отделните продукти и организацията на туристическото обслужване“ (Илиева, 2019, стр.11). Само фирми с капацитет за иновации са в състояние да реагират на нарастващите промени и да използват новите

пазарни възможности (Brown and Eisenhard, 1995). Много изследователи спорят за положителната връзка между иновациите и изпълнението. Все пак, Simpson et al. (2006) подчерта, че иновативността може да бъде скъпа и рискована и могат да се получат отрицателни резултати. - поради увеличените разходи, недоволството на служителите и опасните промени.

Друга група автори (Bellou and Andronikidis, 2009; Chang, Gong, and Shum, 2011; Martinez-Ros and Orfila-Sintes, 2012; Orfila-Sintes et al., 2005; Sundbo et al., 2007) се фокусират повече върху ключовите предшественици на иновативността (практики за управление на човешките ресурси, значението на служителите и обучението, организационната култура, организационния климат, лидерските характеристики, бизнес стратегията, отделите за научноизследователска и развойна дейност, пазарната стратегия, среда и т.н.). Crépon, Duguet и Mairesse (1998) подчертават, че фирмите инвестират в научни изследвания не само за подобряване на иновационните дейности, но и за увеличаване производителността на фирмата. Големите фирми са по-склонни и по-способни да правят иновации, като използват вътрешни знания, и същевременно придобиват външни знания. По-голямата част от научните изследвания в областта на иновациите са фокусирани върху производствен сектор (Cucculelli and Ermini, 2013; Laperche and Picard, 2013; Sánchez-Sellero, Rosell-Martínez, and García-Vázquez, 2013; Toivonen and Tuominen, 2009; Triguero and Córcoles, 2013).

3. Иновации в туризма

В туризма секторът на услугите, играе основна роля за развитие на икономиката. Услугите се превръщат в най-големия производствен сектор и ефективността им оказва влияние върху конкурентоспособността. В сектора на услугите туризмът играе важна роля в икономиката на различни страни, тъй като допринася за икономическия растеж на страните и осигурява заетост. Туристическият пазар се характеризира с висока степен на конкуренция. Всъщност това може да доведе до проблеми защото иновациите в туристическите фирми са много трудни за прикриване или защита и по този начин могат лесно да бъдат копирани. Иновациите в туристическите услуги са силно видими, а туристическият сектор е белязан от някои особености. Туристическите фирми трябва да са с повишено внимание за своя туристически профил, защото туристическите потребители се увеличават и потреблението на туризма расте. Туристите днес са по-опитни, информирани, взискателни, независими, лесно достъпни и способни да организират ваканцията

си независимо. Освен това те са по-осъзнати от устойчивостта и очакват туризма да се управлява по устойчив начин, в съответствие с икономическите, социалните и екологичните измерения.

4. Фактори влияещи върху иновативността

Предприемаческа ориентация и иновативност

В съществуващата литература за твърдата иновативност най-често прилаганата теория е предприемаческата теория на Шумпетер (1934). Въз основа на работата му върху икономическото развитие резултатът се разглежда като нещо ново, така че иновациите се считат за иновативни резултати. В съответствие с тази представа, капацитетът на бизнеса да предоставя иновативни дейности (Lumpkin and Dess, 1996), както и „критичен организационен процес“, който влияе върху резултатите на фирмите (Dimitratos and Plakoyiannaki, 2003), се определя като предприемаческа ориентация. От тази гледна точка предприемачеството и иновациите се превърнаха в основна част от успеха на туристическите фирми поради конкурентната глобална среда (Roxas and Chadee, 2013).

Пазарна ориентация и иновативност

Туристическите фирми, които са фокусирани върху своите клиенти, са в състояние да разработят нови туристически продукти или услуги, за да бъдат по-специфични и ефективни и да имат по-голямо конкурентно предимство. Успешните фирми непрекъснато наблюдават своите конкуренти и получават пазарна информация (Jiménez-Zarco et al., 2011). По този начин се разбира ролята на пазарната ориентация във фирмената иновативност. Пазарната ориентация има положителен ефект върху иновативността на туристическите фирми.

Стабилна работа и иновативност

Традиционно фирмените резултати се измерват и разглеждат счетоводно, но термина „ефективност“ извежда на предни позиции измервания като печалба, разходи и пазарен дял (Laitinen, 2002). Иновативността е основен фактор за резултатите в бизнеса и е от голямо значение да се определят предшествениците на иновативността и нейното въздействие върху фирмените резултати. Колкото повече мениджърите и собствениците на хотели преследват нови идеи, продукти и технологии, толкова по-вероятно е фирмата да подобри своите резултати (например печалба, продажби, възвръщаемост на инвестиции). Туристическите компании са по малко технологично иновативни от компаниите за производство и други услуги, тъй като иновациите им са на основата на предишни налични знания.

Заключение

През последните две десетилетия най-забележимо развитие на международната туристическа политика е нарастването на интереса към малкия бизнес, който се разглежда от политиците като икономическа жизнена сила на сектора и едновременно, но парадоксално, като изоставане, което пречи на иновациите и растежа. Мениджърите трябват да идентифицират ключовите фактори, които влияят на иновативността, и те трябва да са наясно, че пазарната и предприемаческа ориентация са от първостепенно значение за иновативността на туристическите фирми и следователно за стабилните им резултати. На тази основа те биха могли да насърчат иновативни подходи, като например разбиране на нуждите на клиентите, наблюдение и оценка на удовлетвореността на клиентите и т.н.

Изследователите могат да предложат редица насоки за значението на маркетинговата и предприемаческа ориентация за иновативността. За подобряване на иновационните дейности на туристическата фирма и трябва опит за развитие и подобряване на маркетинговите и предприемачески компетенции. Следователно иновациите влияят на производителността на фирмата. Размера и възрастта на фирмата може да влияе отрицателно или положително върху иновативността. Големите фирми са по-агресивни, могат да печелят по-висока възвращаемост и имат повече професионални структури и по този начин са по-малко гъвкави и нямат управленски контрол. От друга страна, те имат по-силна пазарна сила и по този начин могат лесно да разпространяват иновации. В този смисъл могат да се разработят различни мерки в областта на иновациите в туризма, така че да се преодолеят потенциалните бариери пред иновациите.

Използвани източници

Божинова, М., Томева, М., Иванова, П. & Петрова, С. (2013). *Стратегии в туризма. .* Свищов: Академично издателство „Ценов“.

Илиева, Л. (2019). *Управление на взаимоотношенията с туристите.* Свищов: Академично издателство „Ценов“.

Anderson, N., Potočnik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organization: A state-of-the-science review, prospective commentary and guiding framework. *Journal of Management, 40*, 1297–1333. Retrieved from: https://doi.org/10.1177/0149206314527128

Bellou, V., & Andronikidis, A. I. (2009). Examining organizational climate in Greek hotels from a service quality perspective. *International*

Journal of Contemporary Hospitality Management, 21(3), 294–307. Retrieved from: https://doi.org/10.1108/09596110910948305

Brown, S. L., & Eisenhard, K. M. (1995). Product development: Past research, present findings, and future directions. *Academy of Management Review, 20*(2), 343–378. Retrieved from: https://www.jstor.org/stable/258850

Chang, S., Gong, Y. P., & Shum, C. (2011). Promoting innovation in hospitality companies through human resource management practices. *International Journal of Hospitality Management, 30*(4), 812–818. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.01.001

Crépon, B., Duguet, E., & Mairesse, J. (1998, August). *Research, innovation, and productivity: An econometric analysis at the firm level*. NBER Working Paper, W6696. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.

Cucculelli, M., & Ermini, B. (2013). Risk attitude, product innovation, and firm growth. Evidence from Italian manufacturing firms. *Economics Letters, 118*(2), 275–279. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.econlet.2012.11.006

Dimitratos, P., & Plakoyiannaki, E. (2003). Theoretical foundations of an international entrepreneurial culture. *Journal of International Entrepreneurship, 1*(2), 187–215. Retrieved from: https://link.springer.com/article/10.1023/A:1023804318244

Holjevac, A. I. (2003). A Vision of tourism and the hotel industry in the 21st century. *International Journal of Hospitality Management, 22*(2), 129–134. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00021-5

Hjalager, A. M. (2009). Cultural tourism innovation systems – The Roskilde festival. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 9*, 266–287. Retrieved from: https://doi.org/10.1080/15022250903034406

Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management, 31*(1), 1–12. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012

Ivankovič, G., Janković, S., & Peršić, M. (2010). Framework for performance measurement in hospitality industry: Case study Slovenia. *Economic research, 23*(3), 12–23. Retrieved from: https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1331677X.2010.11517420?needAccess=true

Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research, 64*(4),

408–417. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.09.010

Jiménez-Zarco, A. I., Martinez-Ruiz, M. P., & Izquiderdo-Yusta, A. I. (2011). Key service innovation drivers in the tourism sector: Empirical evidence and managerial implications. *Service Business, 5*(4), 339–360. Retrieved from: https://link.springer.com/article/10.1007/s11628-011-0118-6

Laitinen, E. (2002). A dynamic performance measurement system: Evidence from small Finnish technology companies. *Scandinavian Journal of Mangement, 18*(1), 65–99. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/S0956-5221(00)00021-X

Laperche, B., & Picard, F. (2013). Environmental constraints, product-service Systems development and impacts on innovation management: Learning from manufacturing firms in the French context. *Journal of Cleaner Production, 53*, 118–128. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.03.047

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review, 21*(1), 135–172. Retrieved from: https://instruct.uwo.ca/business/bus020-mwf/PHD-4.pdf

Martinez-Ros, E., & Orfila-Sintes, F. (2012). Training plans, manager's characteristics and innovation in the accommodation industry. *International Journal of Hospitality Management, 31*(3), 686–694. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.09.004

Miles, I. (2003). Services innovation. Coming of age in the knowledge-based economy. In D. Dankbaar (Edn.), Innovation management in the knowledge economy, 59–81. London: Imperial College Press.

Nicolau, J. L., & Santa-Maria, M. J. (2013). The effect of innovation on hotel market value. *International Journal of Hospitality Management, 32*, 71–79. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.04.005

Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behaviour in the hotel industry. *Omega-International Journal of Management Science, 37*(2), 380–394. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.omega.2007.04.002

Orfila-Sintes, F., Crespi-Cladera, R., & Martinez-Ros, E. (2005). Innovation activity in the hotel industry: Evidence from Balearic Islands. *Tourism Management, 26*(6), 851–865. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.005

Pivčević, S., & Praničević, D. G. (2012). Innovation activity in the hotel sector-the case of Croatia. *Economic Research, 25*, 337–363.

Retrieved from: https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1331677X.2012.11517568?needAccess=true

Roxas, B., & Chadee, D. (2013). Effects of formal institutions on the performance of the tourism sector in the Philippines: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Tourism Management, 37*, 1–12. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.016

Sánchez-Sellero, P., Rosell- Martínez, J., & García-Vázquez, J. M. (2013). Innovation as a driver of absorptive capacity from foreign direct investment in Spanish manufacturing firms. *Procedia – Social and Behavioural Sciences, 75*, 236–245. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.027

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press

Simpson, P. M., Siguaw, J. A., & Enz, C. A. (2006). Innovation orientation outcomes: The good and the bad. *Journal of Business Research, 59*(10-11), 1133–1141. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.08.001

Spencer, A. J., Buhalis, D., & Moital, M. (2012). A hierarchical model of technology adoption for small owner-managed travel firms: An organizational decision-making and leadership perspective. *Tourism management, 33*(5), 1195–1208. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.011

Škare, M., Tomić, T. (2014). Examining the link between innovation, productivity and growth: A global view. *Academy of Economic Studies, 16,* 606–624. Retrieved from: http://www.amfiteatrueconomic.ro/temp/Article_1295.pdf

Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management, 24*(1), 35–43. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00047-X

Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., & Sorensen, F. (2007). The innovative behaviour of tourism firms – Comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy, 36*(1), 88–106. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.respol.2006.08.004

Thornhill, S. (2006). Knowledge, innovation and firm performance in high- and low-technology regimes. *Journal of Business Venturing, 21*(5), 687–703. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.06.001

Toivonen, M., & Tuominen, T. (2009). Emergence of innovations in services. *Service Industries Journal, 29*(7), 887–902. Retrieved from: https://doi.org/10.1080/02642060902749492

Triguero, A. & Córcoles, D. (2013). Understanding innovation: An analysis of persistence for Spanish manufacturing firms. *Research Policy, 42*(2), 340–352. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.08.003

Weerawardenaa, J., O'Cass, A., & Julian, C. (2006). Does industry matter? Examining the role of industry structure and organizational learning in innovation and brand performance. *Journal of Business Research, 59*(1), 37–45. Retrieved from: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.02.004