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

ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ

Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
катедра „Икономика и управление на туризма“

Резюме: *Виненият туризъм е важна част, както за сектора на винопроизводството, така и за туристическия сектор. Динамичното развитие и признаването на съществената роля на разглеждания вид туризъм като алтернатива на масовия туризъм, води до все по широкото му практикуване, както по света така и в България. Това налага разработване и предлагане на привлекателни за туристите винени турове и дестинации. Оползотворяването на потенциала на страната ни за практикуване на енотуризъм ще доведе до увеличение на доходността на винените изби, както и приходите от туризъм на национално и местно равнище.*

Ключови думи*: винен туризъм, алтернативен туризъм, винени туристи, Р България*

1. Въведение

Виненият туризъм е важна част, както за сектора на винопроизводството, така също и за развитие на туристическия сектор като цяло. Динамичното развитие и признаването на съществената роля на разглеждания вид туризъм като алтернатива на масовия туризъм, води до все по-широкото му практикуване. В теорията съществуват редица дефиниции за винения туризъм. Авторски колектив (Hall C. M., 2002) дава следното определение: посещение на лозя, винарни, винени фестивали и винени изложения, за които дегустация на грозде и вино и/или запознаване с характеристиките на лозаро-винарския регион са основните мотивиращи фактори за посетителите. Според други автори (Маринов, 2011, стр. 170), виненият туризъм е мотивиран от производството, търговията и консумацията на вино, посещение на лозаро-винарски район и/или винено събитие, свързано с предлагането на типични за района вина.

Трета група автори разглеждат енотуризма като процес на съчетаване на различните лозаро-винарските практики от регионите до

дегустирането на вино от енотуристите на различни мероприятия (Горанова & Цветанова, 2018, стр. 174).

В обобщение на разнообразието от дефиниции за винения туризъм може да се изведе следното определение: виненият туризъм е насочен към посещаване на места и събития свързани с винопроизводството и осигуряващи възможност за запознаване с характерни особености на лозаро-винарския регион, както и дегустация и покупка на вино директно от производителя.

България разполага с множество конкурентни предимства, които могат да я поставят сред предпочитаните дестинации за практикуване на винен туризъм (Pavlov, 2017). Сред тях са опит и традиции във винопроизводството (Божинова, 2001), развити и развиващи се винарски изби, качество на произвежданите вина и т.н. Предимствата, с които може да се открои конкретна туристическа дестинация, са комбинация от природни и антропогенни ресурси, подходящи инфраструктура и суперструктура (Тодорова, 2018). Оптималното използване и съчетаване на разполагаемите ресурси изисква активно участие на всички заинтересовани страни (винопроизводители, лозари, местни общности, туристическия бизнес, държавни институции). Това от своя страна ще стимулира развитието на винения туризъм. В този контекст като важна перспектива за неговото развитие в България е разработването и предлагането на български винени турове и дестинации, както и тяхното популязиране.

Виненият тур е посещение на една или няколко изби, намиращи се в една или повече дестинации. Винената дестинация е географски обособено място, което разполага със съответните ресурси за реализиране на винен туризъм.

Също така, за да бъде възприета дестинацията като такава е необходимо в нейните граници да се създава и реализира тотален туристически продукт, ангажираност на местната общност, институции и предприемачи с разработването на дестинацията (Ilieva, 2013).

Създаването и предлагането на печеливш туристически продукт в областта на винения туризъм е свързано с предприемаческа активност, целяща увеличаване на винените туристи и удовлетворяване на очакванията им. Това разбира се трябва да бъде съобразено с наличните туристически ресурси в конкретната дестинация.

2. Виненият туризъм в България

По данни от International Organisation of Vine and Wine в световен мащаб за 2015 и 2016 България е на 20 място по количество произ-

ведено вино. Тези данни показват значителния потенциал на страната за реализиране на цялостния процес по създаване на винена продукция, което е предпоставка за засилено развитие на винения туризъм посредством винени турове и маршрути. Възможностите за все по-широко практикуване се подчертават и от фазата на жизнения цикъл, в която се намира енотуризма в България. Той е в етап на въвеждане (Министерство на туризма на Р. България, 2017) с перспективи за растеж.

Лозаро-винарските райони[1] в България могат да формират естествени винени дестинации в рамките на всеки един район. Разбира се не може да се налага ограничение при организиране на винени туристически турове. В този контекст туровете могат да бъдат следните:

- в рамките на един лозаро-винарски район;
- в рамките на два и повече лозаро-винарски района;
- международни.

През последните около десет години са разработени различни карти на винените дестинации в България от различни институции и организации. Колектив от експерти през 2007 г. започва работа по създаването на девет български винени маршрута, компилиращи трите гореизброени като главната цел е обиколка на винарски изби в съчетание с посещение на културно-исторически забележителности. Разработваните маршрути са: пътят Бдин; пътят Стримон; античния път на тракийското вино; пътят на Орфей; пътят на Дионисий; пътят на Етър; пътят на Хемус; пътят Мадара; пътят Одесос (Андреева, 2009).

Други по-късно разработени карти на винените дестинации в България поставят акцент само върху определен регион (напр. винена карта на община Пловдив, карта на винени маршрути Мелник и др.).

В началото на 2019 г. е завършена първата за България обща карта на дестинации за винено-кулинарен туризъм, разработена от Министерство на туризма. Разположени са на територията на цялата страна и обхващат над петдесет общини, характерните за всеки регион вина, кулинария и забележителности. Включените дестинации са дванадесет, а именно (Министерство на туризма на Р. България, 2019):

- Дестинация „Южно Черноморие“ – включва общините Бургас, Несебър, Поморие, Созопол, Царево;
- Дестинация „Добруджа и Северно Черноморие“ – включва общините Силистра, Добрич, Варна, Балчик;

[1] В страната са обособени пет лозаро-винарски района. Те са: Северен лозарски район „Дунавска равнина“; Източен лозарски район „Черноморски“; Подбалкански лозарски район „Розова долина“; Южен лозарски район „Тракийска низина“; Югозападен лозарски район „Долината на Струма“

- Дестинация „Родопи“ – включва общините Смолян, Хасково, Кърджали, Ивайловград;
- Дестинация „Сакар“ – включва общините Харманли, Любимец, Свиленград, Тополовград;
- Дестинация „Долината на Места“ – включва общините Белица, Разлог, Банско, Гоце Делчев, Хаджидимово;
- Дестинация „Източна Тракия“ – включва общините Стара Загора, Сливен, Ямбол и Карнобат;
- Дестинация „Розова долина“ – включва общините Панагюрище, Копривщица, Старосел, Хисаря, Казанлък;
- Дестинация „Стари столици“ – включва общините Велико Търново, Горна Оряховица, Шумен, Търговище, Плиска, Велики Преслав, Габрово;
- Дестинация „Западна Тракия“ – включва общините Пазарджик, Пловдив, Асеновград, Велинград;
- Дестинация „Златия“ – включва общините Враца, Монтана, Видин;
- Дестинация „Долината на Струма“ – включва общините Кюстендил, Благоевград, Петрич, Сандански;
- Дестинация „Мизия“ – включва общините Оряхово, Плевен, Свищов, Русе.

Винените турове, които могат да се реализират в гореизброените дестинации могат да бъдат разнообразни по своята същност, т.е. да не са непременно обвързани само с кулинарния туризъм. В следващата таблица е представена класификация на туровете с цел практикуване на винен туризъм.

От таблица 1 е видно, че съществуват единадесет основни вида винени турове. Това дава широка перспектива, както за тяхното разнообразяване с други подвидове, така и за увеличаване на обхвата на винения туризъм.

Според продължителността на обиколките, винените турове могат да се класифицират на няколко групи. Най-често срещаните са:

- еднодневни;
- от четири до седем дни;
- от осем до четиринадесет дни.

Възможността за настаняване (нощувка) в дадена винарска изба е предпоставка за по-голяма посещаемост. Това може да бъде осъществено само при туровете с продължителност по-голяма от един ден. В комбинация с дегустацията и евентуално и други туристически активности води до увеличаване на конкурентното предимство. В България

винопроизводителите към април 2019 г. са над 270 (Изпълнителна агенция по лозата и виното, 2019). Почти всички от тях, независимо дали е необходима предварителна заявка, предлагат организиране на дегустация. Малка част от избите предлагат възможност за нощувки на винените туристи, което дава възможност за по-дълъг престои и комбиниране на винения туризъм с други видове алтернативен туризъм (ловен, селски, спортен, балнеолечебен и т.н.).

Таблица 1. Класификация на винените турове

Вид винен тур	Описание
➢ Стандартен винен тур	Посещение на повече от една изба и дегустация без комбиниране с други дейности и/или атракции
➢ Винено-културен тур	Посещения на изби и дегустации комбинирани със запознаване с културни забележителности
➢ Винено-кулинарен тур	Комбиниране на винения тур с консумиране на местни храни
➢ Луксозен винен тур	Поставяне на акцент върху луксозния транспорт, настаняване и хранене
➢ Отговорен винен тур	При този вид тур акцентът е върху ограничаването на негативното въздействие върху околната среда. Изразява се в посещение на биолозя, консумация на биовино и т.н.
➢ Винен тур със специфики в транспорта	Използват се специфични превозни средства. Например хеликоптер, лодка, автомобили, комбинации между тях и т.н.
➢ Винен тур за ценители (познавачи)	Насочен е към хора със задълбочения познания и интереси към вината, както и професионални интереси. Обикновено тура се съчетава с беседи и лекции.
➢ Спортен (приключенски) винен тур	Посещенията на избите и дегустациите се съчетават с спортни дейности (колоездене, езда и др.).
➢ Иновативен винен тур	Винения тур се комбинира с дейности, които повишават интереса към него, но не са пряко свързани с винения туризъм.
➢ Винено-природен тур	Съчетаване на посещението на избите с дейности сред природата (наблюдение на животни).
➢ Вино и SPA тур	Комбиниране на винения тур със SPA процедури.

Забележка: Таблицата е разработена по Terziyska, I. (2018). Wine tour design – global trends and local expressions. Tourism and hospitality management, 24 (2), pp 387-400 (Terziyska, 2018)

Някои туроператори предлагат винени турове по определени дестинации в България. Пример може да бъде даден с шестдневната обиколка „Бутиков винен тур“ (Бултрипс, 2019). Също така са налице и туроператори изцяло специализирани във винения туризъм. Те предлагат еднодневни и многодневни, групови и индивидуални оферти (Bulgaria wine tours, 2019). Забелязва се обаче, че повечето оферти са насочени към чуждестранни туристи. В този контекст перспективите свързани с развитието на винения туризъм в България са: увеличаване на броя на туроператорите предлагащи туристически пакети за винен туризъм и таргетиране и към българските туристи.

Заключение

За пълноценното използване на всички дадености на България за развитие на винения туризъм при отчитане на всички предпоставки, с които страната ни разполага е необходимо да се полагат усилия от всички заинтересовани страни. Именно общите усилия ще спомогнат за превръщането на България в конкурентна и предпочитана дестинация за винения туризъм. За тази цел е нужно популязиране на съществуващите и разработване на допълнителни винени маршрути и енотурове, комбинирани с различни туристически активности и други форми на алтернативния туризъм. Стимулирането на винения туризъм в България ще доведе до увеличение на доходността на винените изби и отглеждането на лозя, както и приходите от туризъм на национално и местно равнище.

ЛИТЕРАТУРА

Божинова, М. (2001). Българската винарска индустрия в условията на евроинтеграция. *Юбилейна международна конференция : Предизвикателства пред икономическата наука и образование в началото на XXI век. 65 години Висше училище 1936-2001* (стр. 313-318). Свищов: АИ „Ценов“.

Горанова, П., & Цветанова, Е. (2018). Проучване ролята на винения туризъм за устойчивото развитие на районите за производство на регионално вино в България (Дунавски и Тракийски). *Алманах „Научни изследвания“*, стр. 174.

Маринов, С. (2011). *Съвременни видове туризъм.*

Тодорова, Л. (2018). Възможности за повишаване привлекателността на туристическа дестинация България. *Диалог*(3), стр. 11-22.

Hall C. M., J. G. (2002). *Wine tourism around the world: development management and markets.* Elsevier Butterworth-Heinemann.

Ilieva, L. (2013). The role of brand indices for measuring the image of tourist destinations. *Наукова організація «Перспектива»* (pp. 79-87). Дніпропетровськ: Видавничий дім «Гельветика».

Pavlov, P. (2017). Wine tourism as competitive advantage of Bulgaria. *Конкурентоспособность национальных экономик и регионов в контексте глобальных вызовов мировой экономики*, 165-169.

Terziyska, I. (2018). Wine tour design – global trends and local expressions. *Tourism and hospitality management, 24*, стр. 387-400.

Андреева, Е. (2009). Винени маршрути в България. *Hotels & restaurants magazine*(9), стр. 11-12. Извлечено от www.horemag.bg

Изпълнителна агенция по лозата и виното. (17 04 2019 г.). *Лозарски регистър.* Изтеглено на 07 2019 г. от Изпълнителна агенция по лозата и виното: http://www.eavw.com

Министерство на туризма на Р. България. (2017). *Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014-2030 (актуализирана версия 2017 г.).*