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

КОНЦЕПЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ХОТЕЛСКИ КОМПЛЕКС

Доц. д-р Пенка Горанова
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Резюме: *Целите на хотелиерската институция, на нейните клиенти, доставчици, туроператори могат да бъдат различни и да влязат в конфликт. Постигането на баланс между различните интереси, като същевременно се търси максимално удовлетворяване на заинтересованите страни, е в пряка връзка с осъществяване на ефективно и резултатно управление.*

Предлагането в хотелиерството представлява съвкупност от услуги, които се предоставят на туристите с цел превръщане на стойността им в пари. „Сферата на услугите е изключително разнообразна по отношение на видовете услуги, организации и фирми. Докато в началото на века е имало само няколко десетки видове услуги, сега броят им е десетократно по-голям“ (Анастасова, 2010, стр. 14).

Целта на доклада е да представи фазите на концепцията за управление на съвременното хотелиерското предприятие.

Ключови думи*: хотелиерско предприятие, услуги, управление, концепция.*

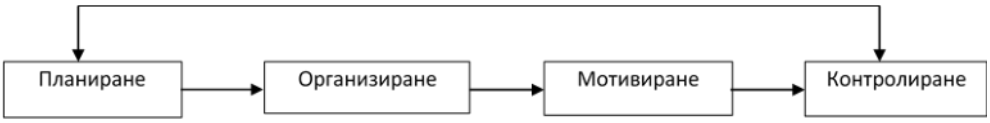
1. Въведение

В теорията на мениджмънта се формират по принцип три групи мнения за съдържанието на понятието управление. Според първа група автори, „управлението следва да се разглежда като динамична величина, която в различните епохи се изменя заедно с различните технологични, социални и други промени, предизвикващи и съпровождащи измененията в организационната материя“ (Владимирова, Спасов, & Стефанов, 1998, стр. 15).

Втора група автори дефинират разглеждания термин като „съвкупност от функции, принципи, методи, подходи, средства и форми за управление на стопанството и на стопанските единици с оглед максимално оползотворяване на ресурсите и повишаване на тяхната ефективност” (Стоянов, Нейкова, & Николова, 1998, стр. 13).

Трета група автори определят управлението като процес, който се предприема от едно или повече лица за съгласуване дейностите на

други хора, с което се постигат резултати, недостижими за човек, работещ самостоятелно (Ivancevich, Donelly, & Gibson, 1989, p. 5). „Управлението е процес на планиране, организиране, мотивиране и контрол, необходими за формулирането и достигането целите на организацията" (Христов, 2004, стр. 44). С други думи е налице начин на въздействие върху поведението на стопанската организация за достигане на планирани цели, като се отчита „възможността за концентрация та средствата за общата цел". (Веселинова, 2015, с.111). Следователно може да обобщим, че мениджмънтът планира, организира, инструктира и контролира определен брой свързани операции и допълнителни дейности с цел да се постигнат определени цели. (виж фиг. 1.)



Фиг. 1. Процесът на мениджмънт
Адаптирано по (Армстронг, 1994, стр. 26)

Концепцията на мениджмънта се основава на разбирането, че потребността от управление се поражда тогава, когато работата е специализирана и се извършва при съвместния труд на екип. „Тогава специализираните дейности, подразделени между участниците, трябва да бъдат координирани и това поражда потребността да се изпълнява управленска дейност" (Ivancevich & Matteson, 1987, p. 25). Изводът е, че една част от авторите определят управлението като процес, а друга част го разглеждат като апарат, който извършва този процес, обуславящ избора на цел и реализирането ѝ. „Мениджърите, които се стремят да постигнат ефективни резултати, трябва да познават участниците, които участват в процесите, да ги мотивират и да поставят целите на организацията над индивидуалните цели" (Горанова & Янков, 2009, стр. 322). Още повече персоналните цели възникват на всяко едно равнище, те влияят върху стратегическите цели и върху производителността на труда. Процесът на стратегическото управление „се характеризира с: непрекъснатост, обусловеност, йерархичност и планомерност. Той е един затворен, цикличен процес, който изисква постоянно оценяване, осъвременяване и преразглеждане" (Зафирова, 2017, стр. 48).

2. Концепция за усъвършенстване на управлението на хотелски комплекс

Хотелиерският бизнес включва социална и стопанска дейност на различни по вид, категория и форма на собственост средства за подслон и за настаняване. В състава им определящо място заема хотелът, от чието име се формира съответната стопанска дейност на средствата за подслон. „Хотелиерството е основна социално-икономическа туристическа дейност, която произвежда и продава комплексен, териториално ограничен продукт за удовлетворяване на основните и допълнителните потребности на туристическата клиентела в рамките на специфична материална и духовна среда“ (Дъбева, 2013, стр. 20). Специфичният продукт на хотелиерството са услугите свързани с нощувки, храна и посещение на заведения.

Технологичната, материално-техническата и социалната сфера на хотелиерството са определящи за туристическия отрасъл, което се обуславя от характера на задоволяваните туристически потребности. Икономическата роля на хотелиерството има изключително значение за туристическата индустрия. „Хотелиерската дейност става естествена среда за приложение на технологиите за обмен на информация между членовете на хотелските вериги и подпомагане на груповото вземане на решение“ (Илиева, 2011, стр. 389). Високата заетост на легловата база на хотелиерството е предпоставка и за добри икономически резултати на ресторантьорството, търговията на дребно и др., които се намират в рамките на хотелския комплекс.

При хотелиерството предмет на мениджмънта са потребностите на хората от специфични услуги и тенденциите в тяхното изменение (Божинова, М., Л. Тодорова, П. Павлов, 2018, стр. 123).По този начин се формират съответни решения за осигуряване на производство на търсените услуги и се създадат предпоставки за формиране на предпочитание към тях.

Следователно мениджмънтът в хотелиерството е свързан с организацията на производството и пласмента на хотелиерския и ресторантьорския продукт и ориентиран към потребностите на туристическия пазар и неговите клиенти. Класическите функции на хотелиерското предприятие са: „производствена, която се изразява в създаването на нови продукти и услуги свързани с настаняването на туристите и търговска, която осигурява реализацията на хотелиерските продукти и услуги на туристическия пазар“ (Джанавебдска & Манчева, 2010, стр. 103).

Концепцията за управление на съвременно хотелиерско и ресторантьорско предприятие минава последователно през четири основни фази:

- проучване и анализ на хотелиерския и ресторантьорския пазар, като се вземат предвид нуждите и изискванията на потребителите за техния продукт (Каракашева & Боева, 1998, стр. 35);
- определяне на целта на маркетинговото проучване и изграждане на пазарна стратегия за хотелиерското и ресторантьорското предприятие;
- програмиране на стопанската политика и осъществяване на възприетата стратегия;
- проверка на постигнатите икономически резултати.

Водещ етап е маркетинговото проучване, което се определя като специфичен процес на събиране, систематизиране, обработване, анализиране и тълкуване на производствената и пазарната информация. Те служат като основа за вземане на решения за управлението на хотелиерското заведение. Маркетинговото проучване уточнява насоките, формите и средствата за развитието му и за регулиране на пазарната политика. Резултатите от тези проучвания се основават на обективни сведения и факти, които отразяват реалното състояние на дадено хотелиерско предприятие.

Преди реализирането на концепцията се извършва маркетингово проучване, което обхваща следните етапи (Ракаджийска & Маринов, 1995, стр. 70):

- анализ на ситуацията на пазара на хотелиерския и ресторантьорския продукт, т.е. на условията, при които започва самото проучване;
- уточняване на целите на проучването на нерешените досега проблеми;
- определяне на специфичните показатели за хотелиерските и ресторантьорските предприятия и методите, които могат да се използват за маркетинговото проучване;
- преценяване на необходимата информация за проучването и ако се окаже, че тя е недостатъчна, трябва да се потърси и допълнителна;
- моделиране на маркетинговото проучване, т.е. съставяне на план-програма и формиране на работна група, която ще извърши проучването, а така също фиксиране на крайния срок, в който то трябва да се завърши;

- набиране, систематизиране и обработване на данни за състоянието и тенденциите на пазара на хотелиерските и ресторантьорските предприятия, за които се прави проучването, както и прогнозата за тяхното развитие;
- анализиране на получените резултати и формиране на целенасочени изводи и препоръки.

Основните реновационни фази са представени в таблица 1:

Таблица 1. Фази на основните реновационни дейности

Фаза	Дейност	Забележки
Фаза 1	1. Дизайн 2. Зелени площи 3. Обучение на персонала 4. Промоция 5.Анимационни програми	1. Продължение около 6 месеца Преди началото на зимния период Относно владеенето на чужди езици Относно информиране на гостите за реновацията Относно децата, културните мероприятия, екскурзиите
Фаза 2	1. Климатична система Реновация на стаите Б ниво Реновация на стаите А ниво	2. Разположена е близо до асансьорите Етажи 9 -16, без свързване с климатичната система Етажи 9 -14, без свързване с климатичната система
Фаза 3	1. Бизнес зона (гардероби & санитарни помещения) Зала за Бизнес срещи 2. Реновация на стаите Б ниво Реновация, Рецепция / Фоайе	1. Реновацията на Бизнес зоната. Етажи 1 - 8 без свързване с клим. система. По време на реновацията фронт офис - операциите ще се осъществяват в Бизнес зоната
Фаза 4	1. Завършване реновацията на стаи 2. Реновация на стаите от А - сектор Свързване на стаите с климатична система	1. Етажи 1 - 8 ще бъдат обзаведени, без да са свързани с климатичната система. Етажи 1 - 8, без свързване с климатичната система. Климатичната система ще бъде включена към всички стаи от А и Б сектор, Ресторант Рим и Кафе - сладкарницата.

Фаза	Дейност	Забележки
Фаза 5	1. Лоби бар 2. Фоайе 3 Основен ресторант 4. Начало на реновацията на Здравния център	1, Барът ще бъде реновиран през летния сезон, защото по това време хотелът приема много туристи. Началото на реновацията на фоайето ще започне от м. Октомври, след края на високия сезон. Началото на реновацията на Основния ресторант, включително кухнята и рум сервиса, ще започне след края на сезона 4. Здравният център ще бъде отчасти реновиран през фаза 5
Фаза 6	1. Завършване на реновацията на Здравния център	1. Реновацията на здравния център ще бъде завършена през фаза 6.

Всяка фаза от реновацията има своя положителен ефект върху хотелиерския продукт и като резултат от това удовлетворението на гостите се повишава. Когато един от пазарните сегменти достигне или премине нивото на пълното удовлетворение, следващата фаза трябва да бъде насочена към изискванията на тези туристи, които още не са достигнали тази фаза. След първа фаза удовлетвореността на всички пазарни сегменти се повишава и почти всички гости постигат почти пълно удовлетворение, а след приключване на втората фаза предлагането на хотела надхвърля очакванията им. По време на третата фаза се провежда преференциално третиране на гостите, чиито изисквания не са задоволени. Тъй като целта на реконструкцията е задоволяване желанията на всички гости, то трета фаза представлява краят на въвеждането на концепцията.

Главната цел, която се преследва с настоящата концепция е превръщането на хотелски комплекс в четиризвезден мултифункционален хотел, което води до заключението, че реновационните процеси трябва да бъдат продължени и завършени. Ако въвеждането на концепцията спре след трета фаза, това означава наполовина реновиран хотел, а това от своя страна неминуемо ще окаже въздействие върху имиджа му. Нещо повече, възможно е изискванията на гостите да се повишат в бъдеще в отговор на нуждата от завършване на въвеждането. Ето защо, за да се

създаде хотелиерски продукт с престиж, както и да се отчитат бъдещите нововъведения, е много важно да се проведат всичките планирани шест фази.

Препоръки относно усъвършенстване на концепцията за управлението на хотелски комплекс

Първо: Ръководството на хотелския комплекс да открои по-ясно проблемите, които влияят върху качеството и неговото равнище на предлагания понастоящем хотелски продукт.

Второ: Да се посочат възможностите за задоволяване на вкусовете, желанията, интересите и предпочитанията на потенциалните и реалните потребители.

Трето: Внедрената концепция за усъвършенстване управлението на хотелския продукт на комплекс да е в синхрон с променящите се пазарни потребности и едновременно с това да отговаря на международните изисквания.

Четвърто: използваната концепция трябва да отчита съвременните тенденции в обслужването на туристите, както и нововъведенията при предлагането на хотелския продукт.

Заключение

Устойчивото развитие на българския туризъм и интегрирането с европейските и световните туристически структури е основна цел на правителството. „Хотелиерството създава връзка между туристическите ресурси и техните потребители (туристите). Без хотелиерство не е възможно да се развиват както вътрешният така и международният туризъм“ (Божинова & Иванова, 2017, стр. 55). Стопанският туризъм на България е средство за намаляване на безработицата, постигане на добър жизнен стандарт на населението, увеличаване на валутните приходи и не на последно място, влияе благотворно върху авторитета на страната ни пред световната общественост. Хотелите от една верига имат единни стандарти, които определят организацията на управлението им и критериите за качеството на обслужването. Те извършват маркетинговите проучвания на веригата, имат общи системи за контрол на качеството, за подготовка на кадри, за проучване на изискванията и потребностите на туристите.

ЛИТЕРАТУРА

Анастасова, Л. (2010). Маркетинг на туристически продукт – комуникационна политика в туризма и услугите. Габрово: ЕКС-ПРЕС.

Армстронг, М. (1994). Основни техники на управлението. Бургас: „Делфин-прес" - ООД.

Божинова, М., & Иванова, П. (2017). Мениджмънт на туризма. Свищов: АИ - Ценов.

Божинова, М., Тодорова, Л., Павлов, П., Вълкова, В., Състояние, проблеми и перспективи пред предприемачеството в сферата на туризма в България, Алманах „Научни изследвания", Свищов, 2018, том 25, част II;

Веселинова, Н., (2015), Възможности за повишаване на конкурентоспособността в холдинговите групи чрез маркетингово планиране, Европейски практики и национални рефлекси в планирането, Свищов, АИ "Ценов".

Владимирова, К., Спасов, К., & Стефанов, Н. (1998). Управление на човешките ресурси. София: УИ "Стопанство".

Горанова, П., & Янков, Н. (2009). Интегрален маркетинг, 2009, с.322. Свищов: изд. "Ценов".

Джанавебдска, К., & Манчева, О. (2010). Хотелиерство. В. Търново: Абагар.

Дъбева, Т. (2013). Хотелиерски и ресторантьорски франчайзинг. Варна.

Зафирова, Ц. (2017). Стратегическо управление. Варна: изд. "Наука и икономика".

Илиева, Л. (2011). Място на хотелските вериги в съвременния бизнес,. Икономиката и управлението в 21 век - решения за стабилност и растеж. Свищов: АИ „Ценов".

Каракашева, Л., & Боева, Б. (1998). Основи на Маркетинга.

Ракаджийска, С., & Маринов, С. (1995). Маркетинг на туристическия бизнес. София.

Стоянов, В., Нейкова, Р., & Николова, А. (1998). Стопанско управление, И „"- , 1998 г., с. 13. Габрово: Алма матер Интернационал.

Христов, И. (2004). Професионализация на ръководните кадри в България – подходи и модели. Бургас: „Наука Инвест" – ООД.

Ivancevich, J. M., & Matteson, M. (1987). Organizational Behavior and Management, 1987, p.25. Plano,Texas: BPI.

Ivancevich, J., Donelly, J., & Gibson, J. (1989). Management:Prinsipes and Functions. IRWIN: BPI.