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

ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ В ТУРИЗМА – ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Гл. ас. д-р Маргарита Мишева, Нов български университет, департамент „Администрация и управление“

Резюме: *В доклада са засегнати въпросите, свързани с развитието на електронната търговия, отнасящи се до предизвикателствата и възможностите, които поставя пред туристическия бизнес. Представени са и някои от основните тенденции в развитието ѝ. Подпомагайки глобализацията и ускоряването на информационния обмен, електронната търговия е един от основните фактори в световното икономическо развитие. Положителният икономически ефект, който създава в туристическите организации спомага за тяхното адекватно развитие в съвременните условия и откриването на нови възможности.*

Ключови думи*: електронна търговия, туристически бизнес, тенденции, възможности*

1. Въведение

Историята на електронната търговия започва **в началото на 60-те години на XX век, когато се въвежда системата за електронна резервация и продажба на самолетни билети.** Особеността на понятието електронна търговия е свързана с нейното приложение във всички икономически дейности, при които се използват информационни технологии (Кубкина, 2012). Редица автори се опитват да систематизират и унифицират категориите и понятията, свързани с електронната търговия. Съществуват множество трактовки, които разкриват същността ѝ. Необходимо е да отбележим, че по-голяма част от авторите разглеждат в по-голяма степен практическата страна на въпроса, отколкото теоретичната. Един от първите автори, засягаш теоретичните аспекти на понятието е американският икономист David Kosiur. Според него в основата на електронната търговия е структурата на традиционната търговия, осъществяваща се с помощта на електронните мрежи. (Kraemer, Dedrick, Melville, and Zhu, 2006)

Според Европейския доклад за електронна търговия 2018, представен в Брюксел от eCommerce Europe, EuroCommerce и eCommerce

Foundation, **онлайн търговията B2C (бизнес към крайни потребители) в България нараства** до 664 млн. евро през 2018 година, като ръстът на пазара спрямо 2017 г. достига 30%. За сравнение, през 2017 г. обемът на B2C онлайн търговията е 511 млн. евро с ръст от 22 % спрямо 2016 г. Освен наблюдавания растеж е важно да се отбележи, че **дигитализацията на търговията променя основно сектора, създавайки нови бизнес възможности и модели, нови работни места и нови форми на взаимодействие с потребителите.**

В доклада си „Електронната търговия – само на един клик разстояние“ консултантската компания Knight Frank обобщава, че нарастването на електронната търговия на европейския пазар е подкрепено от икономическия растеж, повсеместния достъп до интернет и силната трансгранична търговия между европейските страни. Според експертите от Knight Frank обаче, Азия, и по-специално Китай, ще задават тенденциите в електронната търговия в идните години. Според данните на консултантската компания 19% от китайските потребители пазаруват онлайн всеки ден, като 65% използват мобилния си телефон.

Едно от основните предимства на електронната търговия е, че изпълнява търговската си функции по-добре и при по-ниски разходи от реалната търговия. От гледна точка на търговците електронната търговия разширява пазара – както в страната, така и с възможност за продажба по целия свят, а също така позволява и персонализация на продуктите и услугите. (Джамбазов, 2018)

По отношение на електронната търговия в областта на туризма може да се отбележи, че **туристическите фирми отчитат по-голям обем продажби онлайн**, в сравнение с онлайн магазините, предлагащи материални стоки. Това се дължи на нематериалния характер на туристическия продукт и възможността за предоставяне на по-голям брой снимки, изображения, информация и др. в сайтовете на туристическия бизнес.

2. Тенденции в развитието на електронната търговия

По-голяма част от наблюдаваните **тенденции в развитието на електронната търговия** са следствие от развитието на информационните и комуникационни канали. По-важните от тях са:

Omnichannel - Достигане до клиента благодарение на различни online и offline канали, включително и комбинацията между online и физически офис. Този подход се фокусира върху интегрирания потребителски път при пазаруването, давайки възможност на клиентите да започнат поръчката си на персонален компютър и да я довършат на

мобилно устройство или обратното, което допринася за премахване на границите между отделните устройства.

Добавена и виртуална реалност - Добавената реалност (Augmented reality) и виртуалната реалност (Virtual reality) размиват границите между физическото и цифровото, като предлагат нови начини за възприемане на света. Добавената реалност се отнася до технология, която наслагва изображение, генерирано от компютър. Според проучване от 2016 г., 71% от купувачите заявяват, че биха пазарували при търговец на дребно по-често, ако той предлага добавена реалност. Виртуалната реалност, от своя страна, е компютърно генерирана симулация на 3D изображение или среда. Потребителите са потопени в този цифров свят и обикновено могат да взаимодействат с него. При виртуалната реалност потребителите могат да виждат продукти или дейности в реалистични настройки. Туристическият бизнес, в лицето на голям брой хотели и туристически агенции, вече успешно предлага подобни опции.

Разширено филтриране на продукти - Внедряването на разширено филтриране на продуктите позволява на клиентите да намерят точно това, от което се нуждаят, по-бързо и с повече опции при търсене. Филтрирането по региони, дестинации, дати, вид транспорт и изисквания към мястото за настаняване подпомага потребителите да ограничат търсенето си и да спестят време. Този тип разширени продуктови филтри могат да донесат конкуретно предимство на туристическите фирми.

Автоматизиране на процесите - Създаването и прилагането на технологии за рационализиране на редица процеси като продажби, маркетинг, управление на ресурсите, производство и доставка допринася за по-добре организираната електронна търговия. От първото взаимодействие до последното, автоматизацията може да подобри клиентското преживяване и да увеличи продажбите.

Мобилна търговия – През 2017 г. над 2 млрд. потребители на мобилни телефони или таблети са пазарували онлайн. През последните четири години електронната търговия чрез мобилни устройства увеличава печалбите си с над 300% до 700 млрд. долара през 2017 г., според компанията eMarketer. Мобилното потребление расте най-вече заради намаляването на цената на устройствата, увеличаването на мощността и капацитета им, разпространението на качествен мобилен интернет, ръста на мобилните приложения, сайтовете и платформите, появата на изцяло мобилни платформи. Мобилната търговия води до увеличаване на приходите, което от една страна налага, а от друга спомага, турис-

тическите фирми да осигурят на своите потребители комфорт при употребата на мобилната версия на сайта им. Лесната откриваемост и възможност за поръчка допринася за растежа на онлайн продажбите, като този процес се забелязва в най-голяма степен при заведенията за хранене и развлечения – ресторанти, пицарии, барове и др.

Персонализране на маркетинга - Маркетингът ще става все по-персонализиран и базиран на данни за потребителите. Все повече търговци ще използват данни за поведението на потребителите в мрежата, за да предоставят персонализирано преживяване. Предлагането на оферти, настаняване, дестинации и др., свързани с тези, от които съответният потребител се е интересувал преди или вече е закупил, е основен инструмент от маркетинговата политика на фирмите, включително и туристическите.

Гласово пазаруване - Според проучване на Paysafe, водещ световен доставчик за плащания, повече от половината потребители в света биха ползвали гласово активирани технологии като Alexa на компанията Amazon за ниско стойностни плащания. Изследването сочи, че един от всеки 10 респонденти (11%) е ползвал гласова команда за удостоверяване на самоличността си при плащане онлайн. В допълнение, данните сочат, че 53% от потребителите възприемат гласовите технологии като по-бърз и удобен начин за плащане в сравнение с традиционните методи, което на свой ред предполага ръст в употребата на системи за гласов контрол в ежедневието. Почти 2/3 (62%) от респондентите споделят, че разнообразието от методи за верификация, като пръстови отпечатъци или гласови технологии, им дава чувство за сигурност при онлайн трансакциите. Въпреки това, мнозинството потребители (81%) се чувстват по-спокойни, ако процесът включва и парола. Въпреки осезаемия ръст в употребата на гласови команди при плащания, потребителите са все още раздвоени относно по-големите си покупки и сигурността, която технологиите за гласова команда предоставят. Само 18% от запитаните биха заплатили за ваканция или резервирали самолетни билети чрез гласова команда. От гледна точка на сигурността, едва 1/3 (37%) считат своята информация за защитена при използването на гласово активирани технологии, а почти половината (45%) не желаят компаниите да имат достъп до личните им биометрични данни. Докладът на Paysafe „Изгубени в трансакциите: Краят на риска?“, изследва какво е отношението на потребителите към употребата на биометрични данни преди въвеждането на SCA (Strong Customer Authentication) тази година. Годишното проучване се провежда сред потребители в цял свят.

3. Предизвикателства при разрастването на електронната търговия

Доверието на потребителите към процеса на осъществяване на електронна търговия, изграждането на конфеденциална политика, спазване на бизнес етиката и бързото разрешаване на възникнали проблеми са сред основните направления, по които работят фирмите, осъществяващи електронна търговия, включително и туристическите. Като съществени предизвикателства при развитието на електронната търговия може да се определят и правилният избор на име на домейн, правата върху интелектуалната собственост, защитата на личните данни на потребителите, задълженията за предоставяне на информация съгласно Закона за туризма.(Руденко и Усенко, 2015)

Нарастващото значение на електронната търговия и дълбоките промени в почти всички аспекти от съвременния живот водят до разработване на нови и усъвършенстването на стари правни документи, както на глобално, така и на национално ниво. Очевидно е, че нито едно правителство или държава не може напълно да регулира дейностите, извършвани в Интернет или различните информационно-комуникационни мрежи. Сътрудничеството между правителствата и международните организации е необходимо, за да се хармонизират съществуващите правила и предоставянето на делови услуги, възникаващи в мрежите. (Ефимова и Бальтанова, 2018)

4. Перспективи и възможности за развитие на електронната търговия в туризма

През последните години електронната търговия промени фундаментално начина, по който се търгува. Международната електронна търговия се превърна в голяма, бързо развиваща се екосистема с 25% годишен растеж, оказвайки сериозно влияние върху бизнеса, включително и туристическия. (Ветрова и Яковенко, 2016).

Според проучване на компанията за мобилни разплащания Auka сред 1000 представители и мениджъри на барове, ресторанти, хотели, кафенета и фирми за бързо хранене в България, повече от 64% от участниците в изследването не притежават достатъчно професионални способности в областта на маркетинга или видимост на марката, като това са основните фактори, възпрепятстващи повишаването на приходите. В същото време, според Националния статистически институт, само 7% от малкия и среден бизнес в хотелиерството и ресторантьорството използва инструменти за електронна търговия или свързани

технологии. В допълнение, проучването на Auka разкрива, че компаниите от сектора разчитат предимно на разплащанията в брой, като помалко от 5% предпочитат да използват безконтактни и около 7% мобилни разплащания (предпочитани поради сигурността си от международните туристи). Освен това 41% от участниците планират въвеждането на система за мобилни разплащания в следващите 12 месеца, а други 39% обмислят такава възможност в бъдеще като само 18% твърдо отказват да използват технологиите.

Гореспоменатото проучване показва, че една от **възможностите за развитие на електронната търговия в България е свързана с технологиите за мобилни разплащания**, които могат да донесат много повече ползи за бизнеса. Съвременните технологии за мобилни разплащания позволяват да се създаде разпознаваемост на марката сред туристите, да се изгради доверие сред международните потребители и да се използват различни маркетинг инструменти за връзка с клиентите. Платформите за разплащания чрез мобилен телефон, които могат да работят със всички видове кредитни карти, предоставят и допълнителни възможности за туристическия бизнес, който може да следи всички видове транзакции и отчетност, да създава рекламни дигитални кампании и др.

Присъединяването на Българската асоциация за електронна търговия (БАЕТ) към паневропейската организация „Ecommerce Europe“, която представлява над 25 000 онлайн търговци в Европа, и засилването на нейното регионално присъствие също спомогна за предоставянето на нови бизнес възможности в страната.

Интерес представляват и **възможностите, които се предлагат по отношение на оптимизиране на уеб сайтовете на туристическите фирми** свързани с разработването на мобилна версия на сайта, мобилни приложения, проверка на резервация, интегриране на калкулатор за туристически услуги, agent/client login, модули и търсачки за полети, Push Notifications, интегриране на онлайн разплащания, поддръжка, хостинг, домейн, пощенски кутии, SSL сертификат, интернет реклама, White Label/iframe и др. (Croxen-John and Tonder, 2017).

Развитието на електронната търговия в туризма предоставя редица предимства, както за потребителите, така и за туристическите фирми, между които:

- бърз достъп до разнообразна информация, включително от други потребители във форуми, тавъл блогове и влогове;
- възможност за сравняване на цените и условията на различните фирми;

- получаване на допълнителни отстъпки и бонуси за онлайн резервации;
- подобряване на имиджа на фирмата;
- развитие на нови канали за дистрибуция на продукти и достигане до нови клиенти;
- промоция на продукти и услуги, ориентирани към конкретния потребител;
- възможност за обратна връзка и актуалност на информацията;
- по-висока ефикасност на дистрибуцията и технологичния обмен на информация с клиенти и партньори;
- подобряване нивото на обслужване и отношенията с клиентите, изграждане на дългосрочни връзки;
- по-ниски разходи и намаляване на времето за прехвърляне на пари в брой.

Заключение (Изводи)

Електронната търговия е способна значително да увеличи икономическата ефективност на туристическите фирми. Внедряването на електронни методи в управлението на бизнеса позволява от една страна да се повиши резултатността от продажбата на туристически продукти и услуги, да се разшири пазара и да се развият взаимоотношенията с клиентите, а от друга способства за намаляване на текущите разходи и съкращаване на общото време за обслужване на клиентите и обработване на тяхното запитване. Тенденциите, които динамичното развитие на електронната търговия налага са част от предизвикателствата, пред които е изправен туристическия бизнес. В зависимост от това, доколко са способни туристическите фирми да отговарят на тези предизвикателсва, може да се определи тяхното успешно развитие в условията на дигитална икономика.

ЛИТЕРАТУРА

Ветрова Е. Н., Яковенко Е. А. Состояние и перспективы развития электронной коммерции, Экономика и экологический менеджмент. (2016). №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-elektronnoy-kommertsii

Джамбазов, В. Информационни технологии в практиката. Издателство НБУ (2018). ISBN 978-619-233-027-9.

Ефимова А. С., Бальтанова Г. Ж. Электронная коммерция как форма ведения бизнеса. Электронный научнометодический журнал Омского ГАУ (2018). №3, URL http://ejournal.omgau.ru/images/issues/2018/3/00605.pdf. - ISSN 2413-4066

Кубкина Ю. С. Электронная коммерция: роль, понятие, направления развития. Пространство экономики (2012). №2-2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-rol-ponyatie-napravleniya-razvitiya

Руденко Е. Ю., Усенко А. С. Понятие и правовое регулирование электронной торговли. Научный журнал КубГАУ - Scientific Journal of KubSAU (2015). №111. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-pravovoe-regulirovanie-elektronnoy-torgovli

Croxen-John, D., & van Tonder, J. (2017). *E-Commerce Website Optimization: Why 95% of Your Website Visitors Don't Buy, and What You Can Do About It* (Vol. New Edition). London: Kogan Page.

Kraemer, K. L., Dedrick, J., Melville, N. P., & Zhu, K. (2006). *Global E-commerce: Impacts of National Environment and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.

https://www.elenkov.net/tendentsii-onlain-magazini/

https://www.tbmagazine.net/statia/polovinata-ot-potrebitelite-po-sveta-biha-polzvali-glasova-komanda-za-plashchane-na-drebni, (посетено на 25.07.2019)

http://www.infostock.bg/infostock/control/bg/news/92860-zashto-malkiyat-i-sredniyat-biznes-v-turizma-ne-izpolzva-mobilnite-razplashtaniya, (посетено на 19.08.2019)

https://www.investor.bg/po-sveta/453/a/kak-elektronnata-tyrgoviia-promenia-navicite-za-pazaruvane-na-klientite-256050/