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

ФОРМИРАНЕ ПОВЕДЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Гл. ас. д-р Зоя Иванова
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов
Катедра „Индустриален бизнес и предприемачество“

Резюме: *В настоящата разработка е направен синтезиран преглед на някои от класическите теории, в специализираната научна литература, които в голяма степен разкриват спецификата на поведението на човешките ресурси и процеса на неговото формиране. Представени са някои основни аспекти, които изразяват сложността, актуалността и значимостта на въпросите, свързани с демонстрирането на определено поведение от човешките ресурси и неговото влияние върху функционирането и бъдещото развитие на туристическите предприятия.*

Ключови думи*: поведение, човешки ресурси, мотиви, потребности, резултати, туристически предприятия*

1. Въведение

В условията на силно променяща се и изключително конкурентна среда туристическите предприятия са изправени пред предизвикателството на намирането на нови начини и прилагането на добри механизми за формиране поведението на един от най-ценните си ресурси – човешките ресурси в желаната посока. Поведението на човешките ресурси е съвкупност от целенасочени действия или реакции, които са резултат от взаимодействието на външни и вътрешни фактори, т.е. поведението е функция на личностни променливи и променливи от заобикалящата среда. То е съзнателна дейност (активност), следствие на която може да се постигнат определени изгоди, ползи, ефекти. Поради това е необходимо човешките ресурси да демонстрират поведение, което оказва значимо въздействие за постигане на желаното съответствие между параметрите на средата и характеристиките на конкретното туристическо предприятие и реализиране на резултати с по-голям и позитивен ефект.

2. Поведението на човешките ресурси и неговото формиране в туристическите предприятия

Формирането на поведението на човешките ресурси в туристическите предприятия е сложен, многостранен и динамичен процес, който не може да се тълкува еднозначно. Според ***теорията на B. F. Skinner*** *поведението на човешките ресурси е целенасочена, съзнателна дейност (активност), вследствие на която настъпват определени по характер и размер последици (резултати) както в краткосрочен, така и в средно- и дългосрочен аспект* (Boeree, н.д.). В този смисъл поведението на човешките ресурси играе важна роля за постигането на конкретни фирмени цели и приоритети. За целта туристическите предприятия бързо и своевременно трябва да формират и прилагат конкретни оперативни и стратегически дейности, подходи, методи, планове, механизми и програми, чрез които да стимулират възприемането и демонстрирането на поведение, от което да генерират възможно най-много ползи и печалба.

Подобна е тезата на ***основоположникът на школата на бихевиоризма J. Watson*** който смята, че поведението на човешките ресурси е *съвкупност от личностни и поведенчески реакции, които възникват в резултат на определени стимули или ситуации,* т.е. поведението в голяма степен зависи от разнообразието на движещите мотиви, които провокират възприемането на дадено действие и последващите реакции, които могат да се проявят от него (Марков, 2014, стр. 20). Именно мотивите са вътрешно осъзната подбуда, подтик, повод, основание за дадено действие, чрез което се задоволяват разнообразни потребности (Пачев, 1999, стр. 127) (Буров & Пухливанова, 1995, стр. 424). Трябва да се има предвид, че мотивите са продиктувани от потребностите, т.е. когато дадена потребност бива осъзната и стане причина за извършване на конкретно действие, тя се превръща в мотив (Станков, 2002, стр. 70-71). Следователно потребностите са основни мотиви, които формират поведението на човешките ресурси. Съществуват различни теории, характеризиращи многообразието на потребностите, които водят до възприемането на определено поведение, а именно:

☑ *Потребностна таксономия на H. Murray* – тя се характеризира с подробна систематизация на потребностите, които са посочени по азбучен ред, като не се търси йерархичност или подреждане според тяхната значимост. При нея разнообразието от потребностите е основен двигател на целенасоченото поведение и потребностите се променят в резултат на опита и познанието на човешките ресурси. По-конкретно:

потребност от достижения (амбициозност, вдъхновение, самоуважение), *потребност от обучение* (информираност, изясняване, показване, преподаване, разказване, интерпретиране), *потребност от познание* (ориентировъчни и целеви рефлекси, които са функция от любопитството на човека), *потребност от създаване* (изобретателност, ориентираност, оригиналност, креативност, иновативност), *потребност от безопасност* (избягване на физически травми, порицание, падение), *потребност от придобиване* (склонност към придобиване на собственост), *потребност от самосъхранение* (избягване на неуспехи, осмиване, пренебрежение, равнодушие, безразличие, страх), *потребност от приобщаване* (осъществяване на контакти и съвместна работа с други хора), *потребност от грижовност* (жалост, тъга, чувствителност към бедите и нуждите на другите), *потребност от ред* (подреденост, точност, прецизност), *потребност от игра* (търсене на радост, забава, развлечения, отпускане, шегуване), *потребност от осезателност* (чувствителност, чувственост, добър естетически вкус), *потребност от автономия* (стремеж към свобода и независимост), *потребност от изолация* (избягване на контактите, познанствата, безразличие, пренебрежение), *потребност от агресия* (злост, ненавист, раздразнение, отмъстителност, ревност, завист), п*отребност от признание* (зависимост от признание, награди, отличия), *потребност от доминиране* (самоувереност, решителност, авторитарност, контролиране, манипулиране), *потребност от показване* (забележимост, да прави впечатление, предизвиква възхищение, удивление да му се оказва внимание), *потребност от отстъпване* (признаване на грешки, преодоляване на неуспехи и слабости, препятствия и трудности), *потребност от самооправдание* (защита от обвинения, критики, осъждане, оправдание на неуспехи). (Murray, 1939)

☑ *Теория за йерархията на потребностите на A. Maslow* – тя се основава на стремежа към непрекъснато изграждане, развитие и усъвършенстване на индивидите и на подбудителните причини за тяхното поведение. При нея потребностите са подредени по строго йерархичен начин и според реда, по който влияят на човешкото поведение. Задоволяването на потребностите от по-висок ранг може да се постигне само ако преди това са постигнати тези от по-нисък порядък – *физиологични потребности* (храна, вода, сън, здраве), *екзистенциални потребности* (стабилност, подслон, безопасност, обезпеченост), *социални потребности* (социални връзки, общуване, привързаност, загриженост за другите и внимание към себе си, семейство,

приятели, неформални групи), *престижни потребности* (статус, одобрение и уважение от фамилията, приятелите и общността, самоуважение, признание, постигане на успех, развитие), *духовни потребности* (постижения, непрестанно лично развитие, реализация на личния потенциал (образование, религия, любими дейности, личностно израстване), познание, себереализиране). (Maslow, 1943, pp. 370-396)

☑ *Теория на осъзнатите потребности на D. McClelland* – според тази теория потребностите, които влияят върху човешкото поведение са различни за отделните индивиди и зависят както от личностните качества, така и от обкръжаващата среда, а именно: *потребност от достижения* (желание за поемане на отговорност, за намиране решения на различни проблеми, за решаване на сложни задачи, за постигане на цели), *потребност от близост* (стремеж за принадлежност към определена група, установяване на значими социални връзки, нужда от намаляване на несигурността), *потребност от власт* (стремеж да се оказва контрол и влияние върху другите, нужда да се печелят спорове, да убеждаваш и доминираш над другите), *потребност от компетентност* (стремеж към знания и умения, които адекватно да се приложат в конкретна ситуация, желание да се самодокажеш). (McClelland, 1975)

☑ *Теория на C. Alderfer (ERG-theory)* – в основата на теорията е факта, че поведението на индивидите може да се формира в резултат от действието на повече потребности, а дори и на всички едновременно - *съществуване (existence)* (първичните материални изисквания за съществуване, физиологични потребности и потребности от безопасност и сигурност), с*вързаност/приобщеност (relatedness)* (поддържане на междуличностните отношения, принадлежност към определена група, приятелство), *растеж (growth) (*вътрешно желание за личностно развитие, уважение, самоуважение, автономност). (Alderfer, 1972)

☑ *Двуфакторна теория на F. Herzberg* – при нея са налице две групи потребности – *фактори на удовлетворението* (постижение, признание, отговорност, възможност за развитие, реализация, стабилност, обучение, повишаване на квалификацията) и *фактори на неудовлетворението* (безразличие, пренебрежение, раздразнение, страх, безпокойство, тревожност, напрежение, депресия, отчаяние, обърквване), формиращи поведението на индивидите. (Herzberg, 1959)

Несъмнено многообразието на потребностите поражда определени затруднения и изисква тяхното добро познаване и прилагане на конкретни инструменти и техники от страна на туристическите предприятия, чрез които пряко и косвено да въздействат върху поведението

на човешките ресурси в посока на постигане и поддържане на определени цели и резултати.

Интересна е концепцията на *Ch. Teutsch* според, която индивидите носят не само генетичния код на наследяваните особености (биологични и физиологични), но и този, определящ основните модели на поведение, т.е. *поведението се предава по наследство* (Тойч., н.д., стр. 19). В този смисъл, поведението на човешките ресурси се свързва преди всичко с техните специфични ценности, принципи, инстинкти, идеали, характерологични особености, емоционални състояния, знания, умения, потенциал за развитие, което може да ги прави уникални, а това от своя страна, изисква индивидуален подход при осъществяването на съответните управленски въздействия от туристическите предприятия (Пантелеева, Николов, & Иванова, 2017, стр. 431-432).

Различна е теорията на *A. Bandura*, който счита, че *външните детерминанти (средата) формират поведението и обратно – поведението формира средата* (Bandura, 1977). Според него поведението е резултат от стремежа на отделния индивид да подражава на поведението на други индивиди. На практика те могат да влияят директно или индиректно върху неговото поведение, чрез тяхното образование, професия, индивидуалност, ценностна ориентация, нагласи, възприятие, убеждения, стил на живот, семейство, благосъстояние, социален статус, обществени връзки и др. Основната задача на туристическите предприятия е да създадат такава среда, в която човешките ресурси да могат бързо да променят посоката на своето поведение, така че в максимална степен да демонстрират специфичните си знания, умения и способности, да станат по-приспособими, устойчиви, гъвкави и фокусирани върху успеха. В рамките на тази промяна човешките ресурси трябва да се превърнат в най-продуктивният стратегически ресурс за отделното туристическо предприятие.

На базата на тези теории може да се обобщи, че в основата на формирането на всяко поведение на човешките ресурси стоят *ключови променливи,* които могат да се обособят в две групи – *вътрешни причини* и *външни фактори* (вж. фиг. 1). Това са променливи, които се характеризират с разнообразност, сложност, динамичност, изменчивост и несигурност. Те оказват съществено влияние върху формирането и демонстрирането на определено поведение на човешките ресурси, както и върху крайните резултати/последиците от него.



Фиг. 1. Процес на формиране на поведението на човешките ресурси. (Hjelle & Ziegler, 1992, pp. 25-51)

Формирането на поведението на човешките ресурси е сложен и изключително динамичен във времето процес и всяко туристическо предприятие следва да прилага принципа на индивидуалния подход, като се съобрази и отчита своите потенциални възможности и конкретни специфични цели и политики.

Заключение

Съществуването на различни теории е показателно за важността и сложността на формирането на поведението на човешките ресурси в туристическите предприятия. Всяко туристическо предприятие трябва

да стимулира възприемането и демонстрирането на специфично поведение на човешките си ресурси, което ще доведе до пряко увеличаване на ефективността на стопанската дейност и генериране на максимални ползи и печалба.

ЛИТЕРАТУРА

Буров, С., & Пухливанова, П. (1995). *Речник на чуждите думи в български.* ЕЛПИС.

Марков, К. (2014). *Социална психология.* Шумен: УИ „Епископ Константин Преславски".

Пантелеева, И., Николов, Е., & Иванова, З. (2017). *Управление на човешките ресурси.* В. Търново: Фабер.

Пачев, Т. (1999). *Управление на персонала. Социологични аспекти.* София: УИ "Стопанство".

Тойч., Ч. (н.д.). *Наследственные модели поведения, препятствующие достижению успеха, http://fictionbook.ru/static/trials/09/36/81/09368159.a4.pdf.*

Alderfer, C. (1972). *Existence, relatedness and growth: human needs in organisational settings.* New York: Free Press.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory.* N.J.: Prentice-Hall.

Boeree, G. (n.d.). *Personality Theories. http://webspace.ship.edu/cgboer/perscontents.html.*

Herzberg, F. (1959). *The motivation to work.* New York: Wiley.

Hjelle, L., & Ziegler, D. (1992). *Personality Theories. Basic assumptions, Research, and Aplications.* McGraw-hill.

Maslow, A. (1943). *A Theory of Human Motivation.* Psychological Review(50).

McClelland, D. (1975). *Power: The Inner Experience.* John Wiley & Sons.

Murray, H. (1939). *Exploration in Personality.* New Yourk: John Wiley & Sons.