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

ТЕОРЕТИЧНИ МОДЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ

Гл. ас. д-р Тихомир Върбанов
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов

***Резюме**: В доклада са представени основните теоретични модели за оценка на факторната обусловеност на конкурентоспособността на туристическите дестинации. Акцентирано е върху теоретичните концепции на Ричи и Крауч и Дуайър и Ким, чиито модели се базират на концепцията за конкурентното предимство на нациите и са адаптирани към специфичните особености на туристическия сектор.*

***Ключови думи**: конкурентоспособност на туристическата дестинация, конкурентоопределящи фактори, конкурентни и сравнителни предимства.*

1. Въведение

Туристическият сектор е един от водещите и най-динамично развиващи се сектори в световната икономика, който оказва въздействие за развитието на редица държави не само в икономически, но и в социален и екологичен аспект. За много страни той е основен източник на инвестиции и приходи, като икономическите ползи от туристическа дейност се разпространяват и сред редица други сектори, с които той е тясно свързан – търговия на дребно, селско стопанство, транспорт, строителство и т.н. Предвид това, туризмът има не само пряко, но и косвено значение за повишаването на брутния вътрешен продукт, както на национално, така и световно равнище.

Туристическият сектор през последното десетилетие се развива устойчиво като през 2018 г. прекият принос на сектора към глобалния брутен вътрешен продукт достига 2750 млрд. долара или 3,2% в относителен размер, а цялостният принос възлиза на 8811 млрд. (10,4%). Освен това, туристическият сектор генерира голям брой работни места, като общият принос към пазара на труда през 2018 г. възлиза на 318,81 млн. работни позиции (т.е. всяко десето заето лице извършва свързана с туризма икономическа дейност), а пряко с туристическа дейност са

ангажирани 122,89 млн. души (Travel & Tourism Economic Impact 2018 World).

Според изследванията на Световния съвет за пътуване и туризъм в световен мащаб се очаква тенденцията към нарастване на сектора да се запази и в дългосрочен план, в т.ч. и по отношение разкриването на нови работни места. Към 2029 г. се очаква техният дял от общо създадените във всички икономически сектори да достигне около една четвърт, а броят на пряко заетите лица в сектора да надвиши 154 млн. души. Анализите показват, че за създаването на едно работно място в туристическия сектор е необходимо привличането на 30 нови туриста (Crotti & Misrahi, 2017, p. 3), което извежда на преден план през следващото десетилетие въпросите, свързани с устойчивото развитие и конкурентоспособността на туристическите дестинации.

2. Теоретични модели за оценка на конкурентоспособността на туристическата дестинация

През последните десетилетия се наблюдава тенденция към подобряване качеството на предлаганите туристически услуги и значителни инвестиции в туристическа инфраструктура, което е предпоставка все по-голям дял от разполагаемите доходи на домакинствата да се изразходват с цел пътувания и туризъм. Това води до все по-силно изразена конкуренция на световния туристически пазар, тъй като отделните дестинации непрекъснато се стремят към по-големи пазарни дялове. Според редица автори, успешното реализиране на дестинацията до голяма степен се определя от достигнатото равнище на конкурентоспособност.

В научната литература са изведени голям брой дефиниции за конкурентоспособност на туристическата дестинация предвид многоаспектния и комплексен характер на категорията. Те се основават на отделни елементи на конкурентоспособността и най-често акцентират върху удовлетвореността на потребителите, икономическия и социалния ефект и други. Така например Enright & Newton (2005, p. 340) определят конкурентоспособността като възможност да бъдат привличани потенциални туристи и да бъдат задоволявани техните потребности, а d'Hauteserre (2000) като способност на туристическата дестинация да запазва или подобрява своята пазарна позиция спрямо преките си конкуренти.

Hassan (2000, p. 240), Chon & Meyer (1995) и Hong (2008, p. 6) разширяват тези концепции, като включват създаването, интегрирането

и предоставянето на продукти и услуги с добавена стойност, които отговарят на изискванията на световния туристически пазар, повишаване доходите на местното население и като цяло трансформиране на сравнителните предимства в конкурентни. В резултат се постига устойчиво използване на природните ресурси на дестинацията и се поддържат добри пазарни позиции спрямо преките конкуренти.

Според Dwyer, Forsyth & Rao (2000) основен фокус трябва да се постави върху пазарните механизми и компонентите на туристическия сектор, които са в основата на облика на дестинацията като цяло. Той счита, че конкурентоспособността на дестинацията трябва да се разглежда като цялостна концепция, която включва обвързаните с валутните курсове различия в цените, равнищата на производителност на различните компоненти на туристическата индустрия и характеристиките на средата, които допринасят за привлекателността на дестинацията сред туристите.

Ritchie & Crouch (2003, pp. 24-26) разглеждат конкурентоспособността от гледна точка на дългосрочния икономически просперитет. Определят я като способност на дестинацията да увеличава разходите за туризъм и да привлича все по-голям брой туристи, да задоволява техните изисквания и да им предоставя запомнящи се преживявания. Същевременно с това устойчиво повишава благосъстоянието на своите резиденти и запазва природните и културните ресурси на дестинацията за бъдещите поколения.

Една от най-широко възприетите дефиниции е формулирана от Организацията за икономическо сътрудничество и развитие. Според нея конкурентоспособността се разглежда като способност на дестинацията да повишава своята привлекателност сред местното население и посетителите, да предоставя качествени, иновативни и икономически рентабилни туристически услуги и да повишава своя дял на световния туристически пазар в условия на ефективно и устойчиво използване на наличните ресурси (Dupeyras & MacCallum, 2013, p. 7).

Ефективното управление на дестинацията е невъзможно без познаване на основните фактори на конкурентоспособността. За тяхното извеждане са разработени голям брой теоретични модели, които се основават на широк набор от количествени и качествени индикатори. Най-общо те могат да се систематизират в две основни групи. Към първата се отнасят т.нар. обективни индикатори за конкурентоспособност, а към втората - субективните индикатори, които се основават на възприятията на туристите. Както отбелязва Crouch (2011), отделните индикатори са с

различна степен на важност, поради което вниманието на изследователите трябва да се насочи единствено към тези фактори, които могат да се използват като основа за вземане на ефективни управленски решения и имат най-голямо значение за повишаването на конкурентоспособността.

Poon (1993) е един от първите автори, които изследват факторната обусловеност на туристическата конкурентоспособност. Според него конкурентоспособността на дестинацията се определя от четири ключови принципа, които са: акцентиране върху околната среда, превръщане на туристическия сектор във водещ за икономиката, изграждане на ефективни дистрибуционни канали и развитие на частния сектор.

Според Mihalic (2000) с определящо значение за конкурентоспособността са качеството на околната среда и състоянието на природните ресурси, тъй като са сред основните мотиви за посещение на дадена туристическа дестинация. Околната среда е представена като основна детерминанта и в модела на Hassan (2000), който включва и други три конкурентоопределящи фактора – сравнителните предимства, отрасловата структура на икономиката и търсенето. Предложеният модел се основава на концепцията за сравнителните конкурентни предимства, които авторът разглежда като средство за успешното позициониране на международния туристически пазар.

В модела на Yoon (2002) са разгледани вътрешните за дестинацията фактори, които са представени като основа за постигане на конкурентни предимства. Изследвано е както прякото, така и косвеното влияние върху конкурентоспособността на следните три групи фактори: привързаност към мястото, отношение към околната среда и въздействия на туристическото развитие.

Според Heath (2002) за повишаване конкурентоспособността на туристическата дестинация значима роля имат множество организации от частния и публичния сектор, като всяка от тях изпълнява специфична функция за постигането на крайната цел. Поради това в своя модел авторът включва следните ключови фактори: споделена визия за развитието на дестинацията, ясно определени управленски принципи и ценности и развитие на човешките ресурси.

Според Navickas & Malakauskaite (2009) конкурентоспособността е от особена важност най-вече за тези дестинации, които искат да увеличат своя дял на динамично развиващия се туристически пазар. Считат, че икономическото развитие и цялостният имидж на дестинацията са от първостепенно значение за тяхната конкурентоспособност, а чрез

инвестиции в развитието на туристическия сектор ще се подобри техният международен образ. Според тях страните, които са по-силно развити икономически, разполагат с по-добра инфраструктура, а оттам и с по-конкурентоспособен туристически сектор За мониторинг на постигнатото равнище на конкурентоспособност на дестинациите, авторите предлагат да се използват следните осем групи индикатори: за оценка влиянието на туризма за икономическото развитие, за ценова конкурентоспособност, за развитие на инфраструктурата, за оценка на екологията, за технологичното развитие, за човешките ресурси, за степента на отвореност на пазара и за социалното развитие.

С най-широко приложение в практиката са теоретичните концепции на Ritchie & Crouch и Dwyer & Kim. Методологичната основа на тези модели се базира на концепцията на М. Портър за конкурентното предимство на нациите или т.нар. „диамант на Портър", която е адаптирана към специфичните особености на туристическия сектор. Както отбелязват De Holan & Phillips (1997, p. 781), при изследванията на туристическата конкурентоспособността е препоръчително да се използва именно тази концептуална рамка особено в случаите, когато се изследват развиващи се дестинации.

В разработения от Ritchie & Crouch (1999; 2000; 2003) концептуален модел са представени факторите, които оказват влияние върху конкурентоспособността и устойчивото развитие на туристическата дестинация, както и взаимодействието между тях. Според авторите на модела между двете категории е налице равенство и акцентират върху факта, че дестинацията е конкурентоспособна единствено в случаите, когато нейното развитие е устойчиво както в икономически, така и в екологичен, културен и социален аспект. В своя модел включват пет основни групи конкурентоопределящи фактори, които са: основни ресурси и атрактори, поддържащи фактори и ресурси, политика, планиране и развитие на дестинацията, управление на дестинацията и модифициращи и допълващи фактори.

Авторите считат, че е необходимо да се прави разграничение между конкурентно и сравнително предимство. В обхвата на сравнителните предимства се включват всички основни ресурси на дестинацията (наследени и създадени), към които се отнасят местоположението на дестинацията, човешките, физическите и капиталовите ресурси, природните, историческите и културните забележителности, туристическата инфра- и суперструктура и други. Конкурентните предимства се свързват с ефективното използване на основните ресурси в дългосрочен план и са основен фактор за привличане на потенциални туристи.

В разработения от Dwyer & Kim (2003) „интегриран модел за анализ на конкурентоспособността на дестинацията", са посочени следните шест основни групи фактори: наследени ресурси, създадени ресурси, поддържащи фактори и ресурси, управление на дестинацията, ситуационни условия (условия на средата) и търсене. Наследените (културно наследство и природни ресурси), създадените (туристическа инфраструктура и атракциони) и поддържащите фактори и ресурси (общата инфраструктура, достъпността, качеството на предоставяните услуги, гостоприемството на местното население и др.) обхващат тези характеристики на дестинацията, които я правят привлекателна за посещения от туристите. Дейностите по управление, планиране и развитие на дестинацията, както и човешките ресурси и околната среда, са включени в обхвата на фактора „управление на дестинацията". Ситуационните условия включват географското местоположение на дестинацията, микро- и макросредата, сигурността, безопасността и ценовата конкурентоспособност, а условията на търсенето - елементите възприятие, предпочитание и интерес.

Представените теоретични концепции намират широко приложение в практиката - както в емпиричните изследвания върху отделни дестинации и региони, така и за оценка на конкурентоспособността на туристическия сектор в световен план. Световният съвет за пътуване и туризъм и Световният икономически форум периодично публикуват доклади, в които представят резултати относно конкурентоспособността, предимствата и недостатъците на сектора на национално и регионално ниво. Независимо от съществуващите критики към отделни аспекти на използваните методологични рамки (Mazanec & Ring, 2011, p. 729; Crouch, 2007) резултатите от тези изследвания са от изключителна важност за развитието на туризма.

Заключение

В обобщение на изложените теоретични концепции можем да посочим, че конкурентоспособността е решаващ фактор за успеха на туристическата дестинация. Нейното повишаване е свързано със запазване на постигнатите и придобиването на нови стратегически конкурентни предимства и се превръща в основна задача в управлението на туристическата дестинация. Това е важно условие за състоянието на туристическия сектор и на икономиката като цяло, поради което е необходимо да се развиват конкурентните предимства на дестинацията. За целта трябва да се установи нейната действителна пазарна позиция,

което, от една страна, е свързано с точното и навременно установяване на преките конкуренти, а от друга - с определянето на предимствата и недостатъците спрямо тях. Идентифицирането на силните и слабите страни на дестинацията е необходимо условие, без което не би било възможно развитието на туристическия сектор и повишаването на приходите от туризъм.

ЛИТЕРАТУРА

Божинова, М., Личев, Т., Тодорова, Л., Павлов, П., & Георгиева, К. (2019). Съвременни измерения на управлението на туристическа дестинация България. Алманах научни изследвания. СА Д. А. Ценов - Свищов, 27, 7-38.

Charrad , M., Ghazzali, N., Boiteau, V., & Niknafs, A. (2014). NbClust: An R Package for Determining the Relevant Number of Clusters in a Data Set. Journal of Statistical Software, 61(6), 1-36.

Chon, K. S.; Mayer, K. J.;. (1995). Destination competitiveness models in tourism and their application to Las Vegas. Journal of Tourism Systems and Quality Management, 1, 227-246.

Crotti, R., & Misrahi, T. (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future. World Economic Forum.

Crouch, G. I. (2007). Measuring tourism competitiveness: research, theory and the WEF index. Proceedings of the ANZMAC, (pp. 73-79).

Crouch, G. I. (2011). Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes. Journal of travel research, 1, 27-45.

Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. Journal of business research, 44(3), 137-152.

d'Hauteserre, A. M. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: The case of Foxwoods Casino Resort. Tourism Management, 21(1), 23-32.

de Holan, P. M., & Phillips, N. (1997). Sun, sand, and hard currency: Tourism in Cuba. Annals of Tourism Research, 24(4), 777-795.

Dupeyras, A., & MacCallum, N. (2013). Indicators for measuring competitiveness in tourism: A guidance document. OECD Publishing.

Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. Current issues in tourism, 6(5), 369-414.

Dwyer, L.; Forsyth, P.; Rao, P.;. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. Tourism management, 21(1), 9-22.

Enright, M.; Newtown, J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality. Journal of Travel Research, 43(4), 339-350.
Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. Journal of travel research, 38(3), 239-245.
Heath, E. (2002). Towards a model to enhance destination competitiveness: A Southern African perspective. Journal of Hospitality and Tourism Management, 10(2), 124–141.
Hong, S. W. (2008). Competitiveness in the tourism sector: a comprehensive approach from Economic and Management points. Springer science & business media.
Mazanec, J. A., & Ring, A. (2011). Tourism destination competitiveness: second thoughts on the World Economic Forum reports. Tourism Economics, 17(4), 725-751.
Mihalič, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. Tourism management, 21(1), 65-78.
Navickas, V., & Malakauskaitė, A. (2009). The possibilities for the identification and evaluation of tourism sector competitiveness factors. Inžinerinė ekonomika, 61(1).
Poon, A. (1993). Tourism, technology and competitive strategies. CAB international.
Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. Journal of Business Research, 44(3), 137–152.
Ritchie, J. B., & Crouch,G. I. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. Cabi.
Ritchie, J. B.; Crouch, G. I.;. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. Cabi.
Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. Tourism Management, 21(1), 1-7.
Travel & Tourism Economic Impact 2018 Europe. Retrieved from https://www.wttc.org
Travel & Tourism Economic Impact 2018 World. Retrieved from https://www.wttc.org
Yoon, Y. (2002). Development of a structural model for tourism destination competitiveness from stakeholders' perspectives (Doctoral dissertation). Virginia Tech.
http://www2.unwto.org.
https://www.wttc.org.