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

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНСКИ СТРУКТУРИ В ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС

Асистент доктор Бойчо Бойчев
Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“

Резюме: *За да изградят успешни организационно-управленски структури, предприятията, опериращи в туристическия отрасъл е необходимо да съблюдават основни правила. На първо място това е съобразяване със стратегическите за туристическото предприятие цели. На второ място е необходимо обвързване на действащата организационно управленска структура (ОУС) с целите и функциите на бизнеса, от стратегическа и тактическа гледна точка. На трето място разглеждане на относителните предимства и недостатъци на различните видове структури и избор на една от тях, която за туристическата фирма ще бъде най-ефективна.*

Целта на настоящия доклад е да се представят видовете организационно-управленски структури и да се определи кои ще бъдат най-ефективни за приложение в туристическия бизнес.

Ключови думи*: организационни структури, организационно-управленската структура*

1. Въведение

Организационно-управленската структура е форма на йерархично структуриране на управленските компетенции в предприятието, определяща състава и статута на управленските органи и звена, както и техните основни връзки и взаимодействие. Управленската дейност се основава на организационните структури, които са в зависимост от следните фактори: законодателството на страната; интересите, потребностите и ценностната система на създателите на предприятието; целите и задачите на мениджмънта и сътрудниците на предприятието; направленията на дейността на предприятието, мащабите му и неговия капитал, както и корпоративната култура. В тясна връзка с тази дейност е разработването и внедряването на система за управление на качеството, която „трябва да се съобразява с конкретните условия, организационната структура и организационната култура, които вече съществуват“ (Илиева, 2016, стр. 172).

Следователно може да кажем, че „структурата е съвкупност от взаимосвързани елементи, образуващи система, чиято цел е по-висша, отколкото целите на образуващите я елементи“ (Парашкевова & Парашкевова, 2007, стр. 64). Важна особеност на всяка структура е броят на йерархичните равнища и на структурните подразделения. „Този параметър характеризира степента на вертикално и хоризонтално структуриране на управленските компетенции. Вертикалното структуриране диференцира йерархичните равнища, а хоризонталното – управленските органи и звена на отделните равнища“ (Рибов, 2003, стр. 339).

2. Видове организационни структури и основни подходи за изграждането им

Йерархично изградената структура поддържа стабилността на организацията и я подпомага да „поеме“ част от промените на средата при ефективното изпълнение на целите. Тя определя състава и системата на подчинение в общата йерархия на управление на организацията. *Вертикалната структура* определя връзките и отношенията между висшето ръководство и средните и нисшите равнища на управление. Тя показва кой какви разпореждания трябва да следва, каква част от работата би трябвало да изпълнява всеки, кой какви сегменти от организацията координира, какви взаимоотношения трябва да се поддържат. Вертикалните връзки между елементите на този вид структура се използват за координиране на дейността от страна на висшето ръководство и са предназначени за контролиране на цялостната дейност на организацията. *Основните елементи на вертикалната йерархична структура са:*

- Разделение на труда. Икономиката е сбор от множество предприятия, които произвеждат продукти и услуги за задоволяване на човешките потребности. В тази система всеки индивид се е специализирал в производството на даден продукт.
- *Задължения да се упражняват права и да се носят отговорности*. Те отразяват официалната власт, която притежава дадена личност по силата на своето положение в йерархията на организацията. Задълженията да упражнява права и да носи отговорности, съответстващи на дадените права са определени в длъжностната характеристика на работещите, признават се от тях и се осъществяват по вертикала, т.е. „отгоре-надолу“ в йерархичната структура на организацията. „Подходът „отгоре-надолу“ е

приложим за малките организации. Смята се, че бюрократичният му ефект намалява от разпространението на горе поставените цели, като по този начин се дава възможност на ниските йерархични нива да ги „персонализират“, т.е. да ги формират според специфичните им ограничения в дейността си“ (Горанова & Янков, 2009, стр. 126). Често мениджърите от различните организационно-управленски равнища се предоставят на подчинените си правото самостоятелно да решават предварително определени задачи. Този процес се нарича делегиране което означава „прехвърляне нещо някому“ или „изпращане някого с определена задача“.

- *Централизация и децентрализация*. Равнището на управленската йерархия, на което се вземат решения се определя от това дали властта е централизирана или децентрализирана. В условията на централизация правата, свързани с вземането на решения са съсредоточени във висшето ръководство. Процесите на децентрализация в управлението са свързани с делегирането на права и прилежащите им отговорности. Тя се обуславя от необходимостта и стремежа за бързи и ефективни инициативи на ръководителите на средните и низовите управленски равнища.

Вертикалните организационни структури са изключително разпространени и в повечето случаи предпочитани. Пазарните системи са изградени върху концепцията, че властта, подразбирана като права за вземане на решения принадлежи на малко на брой хора и много такива, които да се подчиняват, т.е. да изпълняват.

В теорията съществуват два подхода към изграждането на организационно-управленска структура - универсален и ситуационен.

Първият подход допуска, че е възможно съществуването на един единствен, най-ефикасен начин на проектиране, който, обаче не отчита характера и особеностите на ситуацията. Той предполага два различни вида изграждане на организационно - управленски структури – **класически и неокласически**. Различията между тях са съществени и те отразяват еволюцията в управлението. **Класическият** начин на проектиране на организационно - управленските структури фактически е изграждане на една бюрократична структура, която се базира на универсалните управленски принципи. Голяма част от тези принципи са формулирани в началото на века от М. Вебер, който счита, че бюрокрацията е идеална форма на организация на социалната система. Те са: висока степен на специализация на труда; развита йерархичност; висока комплексност; силна формализация; детайлни правила и процедури;

строга централизация; единство на ръководството; твърдо установени критерии за оценка; детайлно проектиране на длъжностите, които са с малка дълбочина и тесен обхват; подбор на кадрите по делови и професионални качества.

Неокласическият подход, доказва, че индивидът вече не е ресурс, не е „икономически човек“, а е уникална творческа личност. Промяната в подхода към хората и към средата, обуславят различието в принципите на изграждане на неокласическите организационно-управленски структури в сравнение с класическите. В синтезиран вид те са: ниска степен на специализирания труд; слаба йерархичност; ниска комплексност; слаба формализация; по-малко и по-окрупнени правила и процедури; децентрализация; делегиране; широк обхват на контрола; акцент върху по-голямата дълбочина и по-широкия обхват на длъжностите; подбор на кадрите, при който деловите качества отстъпват на такива като комуникативност, умение да се работи в екип, хуманност и пр.

Вторият подход, ситуационният почива върху убедеността, че няма един - единствен най-добър начин за проектиране и изграждане на организационно-управленска структура. За най-добър подход може да се говори само по отношение на конкретна ситуация, а не изобщо като универсален модел, приложим към всяка ситуация.

Класическият подход се стреми да намери онези универсални принципи на изграждане на управленските структури, с което може да гарантира ефективността им, а *ситуационният подход* тръгва от анализ на уникалността на ситуацията, която е база и гаранция за ефективността на структурата, съответстваща на тази и само на тази ситуация. Тя е съвкупност от множество вътрешни и външни за стопанската компания фактори, цели и обстоятелства. Анализът на ситуацията извежда на преден план необходимостта каква да бъде организационната единица, което определя характера и вида на управленската структура.

Определящи фактори при избора на организационна структура са няколко: размерите на компанията; ресурсна осигуреност, наличието или не на нови технологии при работата; производствените мощности и организационната култура.

3. Видове организационно-управленски структури

В зависимост от „характера на преобладаващите взаимоотношения между структурните елементи“ (Костова, 1998, стр. 63) организационните структури се обединяват в три основни групи:

Линейна структура – може да се каже, че при нея са налични само вертикални връзки. Основната ѝ характеристика е, че един ръководител изпълнява всички функции и той е основният източник на информация и лицето, което разпорежда. Всяко звено в нея притежава възможности за решаване на функционални въпроси. Линейната структура е първата възникнала организационна форма на управление в хотелиерството и се прилага главно за малки организации. Решаването на оперативните въпроси доминира над стратегическите. Позволява точно да се регулират всички комуникации по вертикала и да се осигури единоначалие. Не съществуват връзки между отделните звена на едно равнище. Отговорността е само в рамките на звеното.

Линейната организационно-управленска структура е изключително характерна за семейните хотели.

Функционална структура (Божинова & Петрова, 2011, стр. 24) – вместо от един, управленските функции се изпълняват от няколко функционални ръководители; всеки служител е подчинен на няколко такива; различните ръководители изпълняват и отговарят за различни функции; всеки функционален ръководител притежава всички права на разпоредителство по въпроси, влизащи в компетенцията на неговата длъжност; в рамките на определена функция се създават управленски звена.

Линейно-функционална структура (Кадиева, 2015, стр. 33) - тази структура е комбинация от предишните два вида. Основната характеристика е създаването на функционални звена от специалисти, които подпомагат линейните ръководители в управленския процес. Те нямат право да вземат решения по функциите, съответстващи на квалификацията им, нито да се намесват пряко в дейността. Техните пълномощия се свеждат до събиране, обработване и анализиране на информацията и предлагането на обосновани решения на ръководителите от по-високо йерархично равнище, осъществяващи мениджмънта на туристическото предприятие.

Тази структура е преобладаваща в отрасъл „Туризъм“. По-голямата част от туристическите предприятия изграждат своята структура на линейно-функционалния принцип(виж фиг.1). Въпреки че тя предизвиква доста недоразумения, поради нейната тромавост, дължаща се на големия брой функционални специалисти, по наше мнение недостатъците ѝ не следва да се търсят в принципа, а в субективизма и трудно разрешимите конфликти между линейните и функционални ръководители.

В изследвания хотелски комплекс преобладава линейна организация към която се добавят функционални единици и подразделения специализирани в различни области /фиг.1/.



Фиг. 1. Организационна структура на хотелски комплекс

Тази организационна структура се прилага при нееднороден портфейл на хотелиерски услуги. Директното подчинение на специалистите по маркетинг и продажби на ръководителя на отдел „Маркетинг“ е свързано с това, че те изпълняват специализирана дейност по отношение на хотелския продукт.

Съществуващата организационна структура и други формации в рамките на курорта имат влияние върху концепцията на хотела. Политиката на хотела по отношение на човешките ресурси е едно от най-важните условия за въвеждане на новата концепция. Понастоящем тази политика определено се нуждае от подобрения, за да се повиши равнището на обслужване.

В хотелиерството, където клиентът влиза в пряк контакт със служителя още от самото начало, е желателно фирмата да разполага с индивиди, притежаващи и познанията и опита, нужни, за да се справят с всички ситуации. Затова се обръща особено внимание на персонала в пряк контакт, който е основен генератор на идеи, които да изменят процеса на обслужване.

Дивизионна (дивизионална) структура – появява се през двадесетте години на XX век и основната ѝ цел е децентрализация на управлението с търсене на възможности за постигане на покриване между мястото, където възникват проблемите и мястото, където се вземат решенията. Една от съществените причини за прехода от функционална към дивизионна управленска структура е острата необходимост от по-гъвкава политика на предприятието и тенденцията към

диверсификация на производството. Тя е плод на определена еволюция, която започва с функционалната специализация, при която се формира специализиран апарат на управление. По-късно започва обособяване на корпоративния щат в самостоятелен апарат, отделен от управлението на отделните предприятия. Мениджърът оглавява функционалните отдели, а изпълнителният директор ръководи директорите на предприятията, лишени от стопанска автономия.

В системата на туризма тази структура може да се приложи на равнище:

- *малки туристически комплекси*, където обектите са териториално обособени в самостоятелни звена. Отделните звена имат известна специализация на туристическия продукт, архитектурно оформление, но нямат финансова самостоятелност. Тези дивизиони са обособени по отношение на продажбите, но това се осъществява от общо функционално звено – център за продажби. Линейните звена са обособени в рамките на отделните микрокомплекси. Функционалните звена обслужват микрокомплексите.
- *големи туристически комплекси*, където хотелите са обособени в самостоятелни туристически предприятия. В този случай се постига пълна автономност на база специализация на продукта (хотелиерски). Към дирекцията се изграждат самостоятелни функционални звена. Такава дивизионална структура на управление има туристически комплекс Слънчев Бряг.

Заключение (Изводи)

Изборът на подходяща организационна структура на управление в туристическия сектор е изключително отговорна дейност висшето ръководство. Още повече „важен аспект от предприемаческата дейност е изучаването на търсенето и предлагането на туристическите услуги и стоки и вземането на адекватни управленски решения, които да гарантират реализирането на високоефективен и печеливш бизнес“ (Тодорова, 2017, стр. 307). В теорията и практиката на мениджмънта организационните структури са обект на непрекъснато развитие и усъвършенстване. Между организационната структура на управление и останалите компоненти на управленската система има взаимна връзка и обусловеност. Следва да се знае, че за да бъде ефикасна управленската структура на кое да е стопанско, в частност туристическо

предприятие, тя трябва да бъде съобразена със средата, в която то функционира и при необходимост да бъде своевременно актуализирана с оглед настъпилите изменения в туристическото търсене.

ЛИТЕРАТУРА

Божинова, М., & Петрова, С. (2011). *Търговски мениджмънт.* Свищов: АИ-Ценов.

Горанова, П., & Янков, Н. (2009). *Интегрален маркетинг.* Свищов: изд. „Ценов“.

Илиева, Л. (2016). Предимства за търговеца от въвеждането на система за управление на качеството. *Международна научна конференция, „Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знание“*. Свищов: изд. Ценов“.

Кадиева, С. (2015). *Технология на обслужване на хотела.* Варна: Наука и икономика.

Костова, С. (1998). *Търговски мениджмънт.* София: Изд. Люрен.

Парашкевова, Л., & Парашкевова, А. (2007). *Предприемачеството в глобалната икономика.* Варна: Изд „ Колор принт“.

Рибов, М. (2003). *Туризмът в ерата на качеството.* София: Изд. „Тракия-М.

Тодорова, Л. (2017). Специфики на предприемаческата дейност в сферата на туризма в община Велинград. *Научно практическа конференция „Статистиката като наука и практика –традиции и съвременни измерения“*. Свищов: изд. „Ценов“.