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

СЕЛСКИЯТ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ - ЕДНА РАЗЛИЧНА ГЛЕДНА ТОЧКА

Докторант Иво Балевски
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов

Резюме: *В настоящият доклад е направена кратка историческа ретроспекция на развитието на селския туризъм в Европа и България – неговото състояние и развитие. Разгледани са основните предпоставки за утвърждаването му като алтернативна форма на туризъм в България, а именно: автентичната селска среда, богатството от природни ресурси, запазените бит и традиции, богатото културно и историческо наследство. Показано е, че селският туризъм играе изключителна роля за социално-икономическото развитие на селските райони. Акцента е върху липсата на целенасочена политика и национална стратегия за устойчиво развитие на селския туризъм. Докладът е критичен към отношението на държавата и местните власти към маркетинга и рекламата в страната и чужбина, лошата инфраструктура в селските райони, невъзможността за развитие на бранда „България“ на международните пазари, неправилното позициониране на конкурентните предимства на страната ни в условията на конкуренция с основните ни конкуренти на туристическия пазар в Европа. Авторът извежда някой свои виждания, касаещи издигането на селския туризъм, като алтернативна форма на туризъм в приоритет за държавата.*

Ключови думи: *селски туризъм, селски райони, конкурентна среда, стратегия, развитие, България*

След края на Втората световна война за туристическия бизнес в световен мащаб се разкриват изключително благоприятни условия за развитие. През седемдесетте години на миналия век туристическата индустрия прави огромен скок. Това се оказва възможно благодарение на стабилизираната международна обстановка.

Южноевропейските страни, благоприятсвани от топлия си средиземноморски климат, чистите плажове с кристални води, чистия алпийски въздух и богатото културно-историческо наследство се превръщат в топ дестинации. Франция, Испания, Швейцария, Италия и Португалия се превръщат в най-атрактивния туристически район на

Земята, а в днешно време заедно със страните от Балканския полуостров, сред които и България формират най-посещавания туристически регион на планетата.

В условията на висока конкуренция между регионите, опитвайки се да привлече туристическия поток към себе си туристическото предлагане се разнообразява с нови туристически услуги и нови туристически атракции. И докато през 70-те и 80-те години на 20-ти век туризма се свързва основно с ходене на море, планина и посещаване на минерални бани, то днес това съвсем не е така.

От началото на новото хилядолетие особено динамично и с бързи темпове на развитие се отличават алтернативните форми на туризъм където най-съществено място заема селския туризъм. Той също възниква след края на войната. Първоначално в Западна Европа, а в последствие и в страните от Източна Европа и Балканския полуостров след индустриализацията и нарастването на градовете животът на хората все повече се отдалечава от природата и селото. Голяма част от населението мигрира в големите градове, където живота е динамичен, а околната среда изключително замърсена. Селата остават едни от малкото непроменени места, околната среда е натурална, културата и традициите са запазени, а селският начин на живот става все по-примамлив. Така пред селата се разкриват нови възможности за развитието на селския туризъм.

В България селската среда е изключително натурална за разлика от повечето страни в Европа, а българските села са може би местата, които са най-слабо засегнати от урбанизацията. Животът на хората в българското село не се е променил особено. С навлизането на новите технологии се създадоха и допълнителни удобства, което разширява възможностите за развитието на този вид туризъм.

Докато страните от Западна и Южна Европа са популярни дестинации за селски туризъм, то България все още е безизвестна и много туристи не знаят какво точно ще видят идвайки в българското село.

У нас от 265 общини 232 отговарят на определението за *селски район* и заемат 81% от територията на страната, а в същото време в Бюджета на Министерството на туризма за 2019 година терминът *селски туризъм* се споменава само веднъж, а в Стратегията на Министерството на туризма изобщо липсва ключовата дума „селски туризъм“.

В Националната стратегия за туризма няма ясна концепция за инвестиции в обновяване, маркетиране и рекламиране на архитектур-

ните и природни забележителности в селата у нас, а те са основният фактор за привличане на туристите.

Рекламата в областта на селския туризъм от страна на държавата е слаба. Практически липсва национална и чуждестранна реклама на селския туризъм. По данни на Асоциацията на българските села за реклама на териториално най-разпространения тип туризъм в България, държавата не отделя никакво внимяние. В същото време селският туризъм има съществена роля за социалното и икономическо развитие на тези региони.

Успоредно с това за развитието на селският туризъм е необходимо да се правят и допълнителни обществени разходи от една страна за подобряване и развитие на инфраструктурата и от друга за различни форми на финансово стимулиране.

В повечето европейски страни съществува целенасочена политика на стимулиране на селския туризъм. Това е постигнато чрез разработени стратегии и програми за развитие на алтернативните форми на туризъм и фондове за стимулиране на регионалното развитие.

В свое интервю председателят на Асоциацията за алтернативен туризъм в България Любомир Попйорданов коментира, че страната ни е единствената страна в Европейския съюз, която е туристическа дестинация без работещ туристически информационен портал. „Имаме някаква страница, която министерството не може да управлява. Това е невероятно. Реално в тази страница би трябвало туристите да намират тази информация, а не в социалните мрежи. Ако някой турист намира все пак нещо, това е в пътеводители и блогове на хора, които пътуват“, коментира Попйорданов пред „Хоризонт“. Той също отчита, че държавата не подкрепя развитието на селския туризъм, и че за да се привлече интереса на туристите към алтернативните форми на туризъм е необходимо да се създаде добър туристически информационен портал.

По отношение на Програмата за развитие на селските райони - ПРСР 2014-2020 и възможностите за финансиране по мярка 6.4. „Инвестиционна подкрепа за неземеделски дейности“, която подкрепя с европейски субсидии инвестициите в селски туризъм, липсва ясна координация и публичност между Министерството на туризма и Управляващия орган по ПРСР, които да приложат ефективни механизми срещу фиктивното усвояване на европейски средства. Все още не е ясно как ще се проконтролира и предотврати дублирането на лошата практика от предходния програмен период, когато средствата за селски туризъм послужиха за построяване и ремонти на частни къщи и

вили. Към средата на 2019 година бюджета предвиден за подпомагане на алтернативните форми на туризъм в селските райони по ПРСР е блокиран и няма обявен прием на проекти.

Интересно е да се отбележи, че през 2018 ръста на заетостта в обектите за селски туризъм е 7 %, 5 от които се дължат на организирането на фестивали и други инициативи, свързани с изкуство и концерти в селата, което бележи устойчива тенденция в последните години. Хората не търсят само основните туристически продукти като настаняване и консумация на храна. Когато отиват на село туристите търсят активна почивка, съпътствана с допълнителни атракции повишаващи вътрешните им изживявания. В тази връзка тук държавата също е абдикирала, а общините с ограничените си бюджети не могат да отделят средства за подпомагане подобен вид инициативи.

Инфраструктурата е съставна част от икономическото развитие на всяка страна. Тя не създава продукт, а само стимулира материалното, духовното и екологично развитие на регионите. В днешно време, инфраструктурата се явява изключително важен фактор за социално – икономическото развитие както на микро, така и на макро ниво. За успешното развитие на алтернативните форми на туризъм от особено важно значение е пътната инфраструктура.

В селските райони на България пътната инфраструктура е в критично състояние. По данни на НСИ и Доклад на камарата на строителите в България Републиканската пътна мрежа Трета категория е 12172 километра към 31.12.2018 година и 21485 километра четвъртокласна пътна мрежа, която се стопанисва от общините. В последните десетилетия държавата и общините не са в състояние да отделят необходимите средства за основен ремонт на пътната мрежа, а се правят частични кърпежи на отделни участъци.

Въпреки заложените принципи в Стратегията за развитие на пътната инфраструктура в Република България за достъпност, свързаност и устойчивост, привлечените и усвоени средства от ЕС за пътища трета и четвърта категория са нищожни. По ОП „Региони в растеж“ Ос 7 „Регионална пътна инфраструктура“ в периода 2014 - 2020 са ремонтирани общо 430 километра пътна мрежа от които 236 километра третокласни пътища, което представлява 0,02% от третокласната мрежа. За четвъртокласните пътища към момента няма изнесени точни данни за дължината на ремонтираните отсечки, но като се има предвид, че към 28.08.2017 година само 31 проектни предложения са получили одобрение по подмярка 7.2 „Инвестиции в създаването, подобряването или разширяването на всички видове малка по мащаби

инфраструктура“ от ПРСР 2014-2020 едва ли ще има съществен различие.

Иначе казано ръстът, който се наблюдава в развитието на подсектора „Селски туризъм“ през последните години не се дължи на държавата и на вложените средства от Европейския съюз, тъй като по европейските фондове се направиха различни схеми и облагодетелстване по-скоро на частни лица, които се възползваха от пробойните в Европейските програми. Истинският ръст се дължи на усилията и инициатива на частния сектор, и използването на потенциала на регионите.

Световната асоциация за приключенски туризъм определя България като една страна с много добри възможности за развитието на селски туризъм - със запазена природа, автентична архитектура, запазени бит и традиции в селата, екологична и вкусна храна. България е разглеждана като перспективна, но не и като развита страна, т.е. имаме много перспективи, които обаче не можем да използваме пълноценно, не съумяваме да развием бранда България, а това трябва да е основен ангажимент на държавата.

В момента на международните пазари стратегията на държавата и на туристическите организации е ориентирана към привличането на масовия туристически поток. Това според мен е крайно погрешна и нецелесъобразна стратегия. В условията на създадената конкуренция в сферата на масовия летен туризъм с Турция, Гърция и Испания, и на масовия зимен туризъм с Франция, Швейцария, Италия и Австрия е ясно, че възможностите на страната ни спрямо тях са ограничени и недостатъчни по отношение на природни ресурси и материална база. Конкурентните предимства на България са непокътнатите природни дадености, съчетани със самобитния ни бит и култура. Необходима е преориентация в тази посока на националната стратегия, такава че акцентът да се постави върху привличането на един по-специфичен туристически поток от платежоспособни посетители. Да бъдат създадени условия за задържане на тези туристи чрез подобряване на материалната база, чрез подобряване на инфраструктурата, чрез повишаване на културата на обслужване. При така насочен акцент моята прогноза е, че масовите зимен и летен туристически потоци ще се запазят на сегашните нива дори с тенденция леко да се увеличат.

Обобщавайки може да бъдат изведени основните приоритети, върху които трябва да акцентират централната и местните власти за

превръщането на селския туризъм в конкурентоспособен на европейския пазар:

1. Създаване на координирана политика между институциите на национално и местно ниво с основен приоритет популяризиране на природните ресурси, културата, бита и традициите на страната ни поставяйки селския туризъм на по-конкурентно ниво на националния и международните туристически пазари.

2. Подкрепа в областта на маркетинга на селския туризъм от страна на местната и централната власт.

3. Създаване на Национална стратегия за устойчив селски туризъм, приоритезираща го като важен сегмент от развитието на туризма като цяло.

3. Подобряване на техническата и пътна инфраструктура в планинските и селските райони с цел улесняване достъпа до средствата за настаняване.

4. Засилване на рекламно-информационната дейност касаеща селския туризъм с основна цел привличане на по-платежоспособен туристически поток.

5. Материално стимулиране от страна на държавата и общините под формата на субсидии и данъчни облекчения. Идеално стимулиране под формата на организиране на курсове за обучение, консултантска дейност, пазарни проучвания и подпомагане на дейността на туристическите организации. Тук може да се отбележи опита на някой западни европейски държави и да се даде превес на идеалното стимулиране.

6. В следващия програмен период да се насочат повече средства по „Програмата за развитие на селските райони“ за публичния сектор с две основни цели: Подобряване на инфраструктурата в селските райони; Маркетинг и реклама на селските райони.

Извод: Въз основа на краткия анализ на проблемите на селския туризъм в България може да се направи извода, че неговото развитие е необходимо и възможно, но се изисква прилагането на целенасочена политика от страна на централната и местните власти.

ЛИТЕРАТУРА

Стамов, Ст., К. Никовска. Специализирани видове туризъм; II част Спортен, Ловен, Екологичен, Селски, Кулинарен. Издателство „Кота”. 2011;

Грозева, М. Условия и възможности за развитие на туризъм в селските територии на Северозападния район за планиране. Проблеми на географията 1-2. БАН. 2017;
Ишев, Я. Пътищата на България. Вестник Строител ЕАД 2016;
Национален стратегически план за развитие на селските райони 2007 – 2013;
Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014 - 2030 г.;
Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ);
Интернет-сайтове: http://www.dfz.bg; http://www.api.bg; http://bnr.bg; www.nsi.bg; https://capman.bg; www.baatbg.org; www.tourism.government.bg; http://www.bgregion.eu

„ДОБРИ ПРАКТИКИ В „ЗЕЛЕНА“ ПОЛИТИКА В ХОТЕЛИЕРСТВОТО“

Владо Божилов, Докторант
Факултет „Икономика на инфраструктурата“
Катедра „Икономика на туризма“ към УНСС

Резюме: *Изследването на добрите практики в зелената политика е извършено посредством разглеждане на предлаганите туристически продукти и съотносимостта им със зелените политики в световен мащаб.*

Изследването на ползите от прилагането на зелените политика в областта на хотелиерството и постигането на добри резултати в опазването на околната среда посредством използването на щадящи природата дейности.

Докладът ще засегне изследването и анализа на добрите практики включващи ползите за хотелиера, бизнеса, дестинацията и туристите чрез прилагането на зелените политики при популяризирането и експлоатацията на хотелите прилагащи тези политики.

Ще бъде акцентирано върху необходимостта от прилагането на иновативни подходи при предлагането и утвърждаването на туристическия продукт.

Ключови думи: *добри практики, „зелена“ политика, хотелиерство, анализ*

1. Въведение

Настоящия доклад има за цел идентифицирането и прилагането на добри практики в „зелена“ политика в хотелиерството, чрез които хотелиерите могат да приложат мерки щадящи обкръжаващата ги околната среда, намалявайки консумацията на електроенергия с използването на енергийно ефективно осветление и електроуреди, опазване на водните ресурси с намаляване на консумацията на вода и използването на рециклируеми опаковки и материали. Разделното събиране на отпадъците, използването на екологично чисти препарати без аерозоли за почистване и сътрудничеството с доставчици прилагащи „зелена“ политика при работата си.

Засегната тема е особено актуална поради нарастващата тенденция за отговорно и екологично отношение към нашата планета в усло-

вията на постоянно нарастващите се отделяния на въглероден диоксид (CO_2) и стремежа за ограничаването му.

Неустойчивият туризъм в не малка степен оказва своето негативно влияние на природата въз основа на глобализацията, постоянното увеличаване на самолетните полети след навлизането на нискотарифните самолетни компании и постоянно нарастващият интерес към тях от туристите, както е посочено в статия на www.worldatlas.com.

Обект на настоящето изследване са местата за настаняване, прилагащи зелени политики в управлението си. Предмет на изследване са добрите практики в зелената политика. Тезата, която се поставя е, че проучвайки и прилагайки зелени практики в хотелиерството ще се минимизират негативните ефекти в глобален аспект от туризма като ще се стимулира и развитието на екологичния туризъм.

Целта на доклада е да реши задачите, които се предмет на изследването във връзка с прилагането на „зелена“ политика в хотелиерството и позитивното ѝ влияние.

Въз основа на решенията на задачите, докладът представя заключения и насоки към хотелиерите за изработване на концепции за прилагането на добрите практики.

2. Зелени политики

Зелената политика е ангажираността на организация или правителство със законовите, подзаконовите актове и други механизми на политиката, свързани с екологичните въпроси, както я определя Бхуван Унхелкар от Университета на Западен Сидни, Австралия. Тези проблеми обикновено включват въздуха и замърсяването на водите, управлението на отпадъците, управление на екосистемите, запазване на биологичното разнообразие, опазването на природните ресурси, дивите животни и застрашени видове. По отношение на политиката за опазване на околната среда трябва да се подчертае значението на прилагането на екологично ориентирана политика на глобално ниво за справяне с проблемите на глобалното затопляне и промените в климата. Политиките относно енергията или регулирането на токсични вещества, включително пестициди и много видове промишлени отпадъци, са част от политиката за околната среда. Тази политика може да бъде умишлено предприета за насочване и контрол на човешките дейности и по този начин да предотврати вредното въздействие върху биофизичната среда и природните ресурси, както и да се гарантира, че промените в околната среда няма да имат вредно въздействие върху хората.

Политиката за опазване на околната среда включва два основни термина: околна среда и политика. Околната среда се отнася до физическите екосистеми, но може също така да се вземе предвид социалното измерение (качество на живот, здраве) и икономическо измерение (управление на ресурсите, биоразнообразие).

По този начин политиката за опазване на околната среда се фокусира върху проблеми, произтичащи от човешкото въздействие върху околната среда, която реагира обратно на човешкото общество, като има (отрицателно) въздействие върху човешките ценности, като добро здраве или чиста и зелена среда.

Бъдещето на една организация все повече ще зависи от нейната екологична устойчивост, така че е жизненоважно да се обърне внимание на настоящата бизнес среда за опазване на околната среда. Бизнесът трябва да разбира зелените политики, процесите, които създават отпадъци и емисии, осигуряването на ефективно използване на ресурсите, показателите за наблюдение на екологизирането на организацията и прилагането на екологични стратегии. Необходимо е да бъде изготвен консолидиран систематичен подход за редизайн на бизнес предприятията и за формиране на екологично отговорна бизнес стратегия (ERBS).

Зелените политики в съвременния свят през последните години намират своето приложение и перспективи и в хотелиерството.

3. Добрите практики при зелени политики в хотелиерството

Обществото е все по-загрижено за своето здраве и благосъстояние, както и за околната среда, в която се намира. Теми, свързани с устойчивото развитие, стават все по-популярни и много хора залагат на екологични брандове като Kynder, Responsible Travel, Preserve, Bathing culture и други. Това определено е сред топ тенденциите в хотелиерството и бизнес стратегията на хотелите за 2019 година. Много хотели също залагат на еко тенденцията, като използват еко продукти и рециклират материали и ресурси. По този начин се спестяват разходи от енергия, което цялостно подобрява бизнес резултатите.

Умните технологии (SMART-Self-Monitoring Analysis And Reporting Technology или Технология за самоконтрол, анализ и отчитане), което означава технологиите (включващи физически и логически приложения във всички формати), които са в състояние да се адаптират автоматично и да променят поведението, за да отговарят на средата, да работят чрез технологични сензори, това предоставя данни за анализ и достигане до заключения, което води до подобряване на

производителността и предвижданията. Умните устройства в стаите могат да бъдат използвани, само когато е нужно, спестявайки излишна енергия. Светлините могат да бъдат намалявани при дневна светлина, а отоплителната система спирана при достигане на определена температура, или когато в стаята няма никого. Stamford Plaza Sydney Airport Hotel използва соларни панели на покрива на хотела, LED осветление и сензори за движение в публичните части, офисите и паркинга. Carlton City Hotel Singapore пък насърчава своите гости да намалят въглеродния отпечатък и да откажат всекидневната смяна на спално бельо и кърпи, да поддържат препоръчителната температура в стаята си и да намалят отпадъците.

Много туристи са силно заинтересовани от устойчивото пътуване (Sustainable travel). Устойчивото пътуване означава да се намери начин туризмът да се поддържа дългосрочно, без да се навреди на естествената и културната среда. Устойчивото пътуване трябва да сведе до минимум отрицателните въздействия на туризма и в идеалния случай да бъде от полза за района, в който се провежда, което се превръща в устойчива тенденция, според интернет сайта About.com. Гостите в хотела има вероятност да започнат да се интересуват повече дали храната в ресторанта е от местни производители, какви мерки сте предприели относно енергийната ефективност и имате ли политика по отношение на изхвърлянето на храна и рециклирането на продукти. Според проучване на Booking.com, 68% от туристите предпочитат да запазват екологичните места за настаняване, а според Agoda.com близо 40% от пътуващите имат готовност да платят допълнителни $10 на вечер, стига да нощуват в устойчив ризорт, цитирано на Clientric.bg.

Еко-съзнанието е във възхода си в сферата на гостоприемството. Според Световната организация по туризъм (UNWTO), 1.6 милиарда еко-вдъхновени пътувания ще бъдат осъществени до 2020, информация написана на Unwto.org. Гостите търсят устойчиви и автентични изживявания и луксозните хотели започват да прилагат зелени практики не само откъм спестяващи енергия устройства, но и откъм еко дизайн. Най – новите тенденции в дизайна налагат използването на еко продукти и натурални материали, които са благоприятни върху околната среда. Наличието на био козметични продукти в стаите, на пространства с естествена зеленина в лобито, ресторанта или покрива и на вътрешни фонтани са част от добрите практики, които различни хотели прилагат и които доближават госта до природата.

Покривите на някои хотели често се използват за отглеждане на подправки, плодове и зеленчуци, които директно се влагат в ястията в

ресторанта. Това е и благоприятно място за отглеждане на кошери с пчели и производство на собствен мед, поради отсъствието на химикали в градска среда. По-високата температура в градска среда удължава периода на цъфтене и увеличава производството на мед. Тази практика е приложена вече и в България (Hilton Sofia, Grand Hotel Sofia и др).

Тъй като желанието за консумиране на свежа местна храна нараства, много хотели купуват продукти от локални фермери, подпомагайки местното производство и намалявайки въглеродния отпечатък от вредни емисии в природата.

За да бъде един хотел еко, не е нужно да инсталира изцяло нова технология или системи за пречистване на въздуха и водата. Често, просто може да се подобри качеството на вече съществуващата технология в хотела. Истинските еко хотели спазват трите основни елемента на устойчивия туризъм: People, Planet, Profit. Хотелите имат много възможности за предлагане на алтернативна слънчева или вятърна енергия, използване на енерго-спестяващи крушки, рециклиране и освобождаване от пластмасови материали като например Finolhu Villas на Малдивите, Marriott-Lancaster в Пенсилвания, САЩ, Wynn в Лас Вегас, САЩ.

Първата задача на доклада е индикирането на добрите практики при екологичния подход в хотелиерството и насочването на вниманието на хотелиерите към тяхното внедряване.

Все по-често се наблюдава тенденцията хотелите да се стремят към прилагането на „зелена“ политика при функционирането си. Това може да бъде постигнато посредством ангажираност с корпоративни политики както Бхуван Унхелкар пише и добри практики благоприятни за опазване на околната среда. Целта е постигане на екологичен подход в ежедневната дейност на хотела, като се прилагат добрите „зелени” практики. Краткосрочните цели, които хотелиерите трябва да имат амбицията да постигнат са повишаване на съзнанието за необходимостта от екологични политики и практики, насърчаване на работата с доставчици, които прилагат такива политики и практики и осъществяването на мониторинг на процеса на прилагане на екологични практики в ежедневните дейности на хотела.

Както в световен така и в национален мащаб все по-често се наблюдава желанието на хотелиерите за предприемане на мерки за постигане енергийна ефективност и енергоспестяване с цел намаляване на експлоатационните разходи и прилагане на екологичен подход. Тези мерки могат да бъдат постигнати посредством намаля-

ване на загубите на топлинна енергия, подмяната на климатичната техника с по-висок енергиен клас такава, инсталирането на соларни инсталации за подгряване на топла вода, когато е приложимо и използването на енергоспестяващо осветление в хотела.

Неразделна част от зелената политика в хотелиерството трябва да бъде желанието за опазване на водните ресурси, което се постига чрез използването на тоалетни и батерии, които пестят вода. Също така трябва да бъде осигурена възможност на гостите на хотела спалното им бельо да бъде подменяно по тяхно желание, а не на всяка нощувка от престоя им и е необходимо да бъдат стимулирани да участват в програмата за повторна употреба на хавлии.

Рециклирането е много важна част от системния екологичен подход в хотелиерството, което най-общо включва разделното събиране на отпадъците (стъкло, метал и пластмаса) и използването на рециклирана и впоследствие предаването и отново за преработка хартия необходима за административните нужди на хотела.



Фиг. 1. Зеленият символ за рециклиране
Източник: http://lofrev.net

За постигане на тази политика е необходимо внимателно да бъде направен избор на доставчици прилагащи зелени практики и продуктите, които се използват да бъдат екологично чисти като например хигиенните препарати да са без аерозоли.

Не на последно място трябва да бъде поставен и въпроса за вътрешното и външно озеленяване като политика съдваща усещането за близост да природата и нейните компоненти, каквато е зеленината в обкръжаващата ни среда.

Хотелиерите трябва да провеждат дългосрочна корпоративната политика за устойчиво развитие и да продължават да търсят и прилагат нови практики за опазване на околната среда, както и да участват в нови екологични инициативи.

Хотелите е необходимо да бъдат ангажирани с корпоративни политики и практики благоприятни за опазване на околната среда. Целта е постигането на екологично отношение в ежедневната дейност на хотела, като се прилагат добрите „зелени" практики.

4. Изследване и анализ на продуктовата политика в хотелиерството

До голяма степен решенията за дизайна на туристическите продукти определят индиректно на какви цени може да се продава той, къде да бъде предлаган и какви форми на комуникация с клиента са необходими, за да се реализират на пазара и т.н. Поради всички тези причини продуктовата политика е основна в системата на маркетинговия микс и лежи в основата на маркетинговата стратегия и тактика. Поради особеното естество и характеристиките на пътуванията и туристическите услуги темата е особено сложна.

Втората задача на доклада е да изследва отношението на туриста към хотел отдаващ необходимото внимание на екологията.

Добрите практики при прилагането на „зелена" политика в хотела не могат да останат незабелязани от туриста. Те работят в позитивна посока за изграждането на имиджа на конкретния хотел и усещанията и настроенията, които ще останат в съзнанието на туриста и биха могли да проявят своето положително влияние при повторен избор на място за настаняване посещавайки същата дестинация. Гостуването на хотел създаващ възприятие в туриста за по-голяма близост до природата и съпричастност към природощадящ начин на пътуване ще придобива още по-голяма популярност и значимост при вземането на конкретни решения за предпочитанията на конкретен турист.

Тази форма на туризъм е предпочитана за туристите превърнали щадящите природата практики в свое предпочитание и начин на живот, което влияе на избора им.

Както вече беше споменато съсредоточаването на усилията за прилагането на тази политика би могла до доведе само и единствено до позитивни резултати, поради факта, че все повече туристи имат своите предпочитания да бъдат настанявани в екологично съобразни

хотели създаващи позитивни емоции, а от друга страна няма силно изразено негативно отношение или противници на тази политика.

Можем да обобщим, че това са добри практики от политика, която на практика няма своите критици и противници, точно напротив стремежът на всички ангажирани в туризма трябва да бъде насочен в посока към изпълнението им в кратки срокове и създаването на имидж на хотел с отговорно отношение към околната среда.

5. Заключение (Изводи)

Изводите, които можем да направим са в посока на това, че тези добрите практики в „зелена“ политика в хотелиерството могат само да доведат до постигането на добавена стойност, както за хотелиера, така и за туриста.

Хотелиера може да повиши цената на предлаганата услуга обосновавайки се с прилагането на тази политика чрез извършването на не много високи разходи за постигането на поставените цели, а от друга страна трябва непрестанно да търси нови и иновативни методи в тази посока. Хотелите ще насочат усилията си в посока сертифицирането по програми като Green Key, Travelife, GreenLeaders, AAA и LEED, това ще бъде все по-важно, тъй като тези сертификати ще започват все по-често да бъдат изисквани от големите туроператори.

Туристите ще обръщат все по-голямо влияние на своето здраве и на околната среда, в която се намират, което ще бъде сериозен фактор при избора им на хотел.

ЛИТЕРАТУРА

www.worldatlas.com

Bhuvan Unhelkar (University of Western Sydney, Australia) and Bharti Trivedi (University of Western Sydney, Australia) A Framework for Environmentally Responsible Business Strategies, Sydney, Australia, 2011.

About.com.

Unwto.org.

Цонев, Н, Маркетиг в туризма, УНСС, София, 2013.

https://www.grandhotelsofia.bg.

http://lofrev.net.

https://clientric.bg.

ИЗСЛЕДВАНИЯТА И ПРЕПОДАВАНЕТО В ОБЛАСТТА НА ТУРИЗМА

ИССЛЕДОВАНИЯ И ПРЕПОДАВАНИЕ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

RESEARCH AND TEACHING IN THE FIELD OF TOURISM