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

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВИ В ТУРИЗМА

Студент Марта Лазарова
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов

Резюме: *В ерата на свободното движение на туристите, развитите транспорт и технологии и свободния обмен на информация, туризмът на всяка страна и дестинация се влияе не само то локалните, националните, но и глобалните изменения.*

В настоящата разработка се изследват важни тенденции в развитието на обществото и на туристите в глобален и национален мащаб, като се поставя акцент върху промените, които влияят върху българския туризъм. Целта на настоящата разработка е да се очертаят основните тенденции, които имат отражение върху развитието на българския туризъм. За постигането на така поставената цел се извършва проучване на глобалните тенденции и тенденциите на национално ниво, извеждат се перспективите пред развитието на туризма в България.

Ключови думи*: тенденции, перспективи, туризъм*

1. Въведение

Националната политика за сектор „Туризъм“, реализирана от Министерството на туризма, е насочена към устойчивото развитие на туризма. Тя включва осигуряване на облекчен достъп и оптимизирана система за привличане на чуждестранни туристи на територията на България чрез развитие на институционалната и законодателната рамка за управление на туризма, съответстваща на значението му за националната икономика и насоките на Европейската комисия за устойчиво развитие на туризма и туристическите дестинации. Приоритетите в националната стратегия налагат изследването и прогнозирането на измененията в туристическото търсене на ключовите туристически пазари.

Целта на настоящата разработка е да се очертаят основните тенденции, които имат отражение върху развитието на българския туризъм. За постигането на така поставената цел се извършва проучване на глобалните тенденции и тенденциите на национално ниво, извеждат се перспективите пред развитието на туризма в България.

2. Туристически тенденции, влияещи върху българския туризъм

Делът на чуждестранните туристи посещаващи страната ни нараства ежегодно, това налага проучването на протичащите изменения в поведението на туристите и проследяване на световните тенденции в туристическото търсене и предлагане. Българският туристически пазар е възприемчив пазар и идентифицирането на ключови генериращи пазари е необходимо, за да се проучи структурата на туристите - посещаващи България. Свободното движение на граждани на ЕС в рамките на общността е предпоставка за увеличаване на интереса към България като туристическа дестинация. Това изисква позиционирането на България да се извършва в съответствие с европейските приоритети (Ilieva, 2014, p. 29).

Според данни на Министерството на туризма (Министерство на туризма, 2019, стр. 3) през 2017 г. Европа регистрира рекордно увеличение (+ 8%) на международния входящ туризъм, което е четири пъти по-високо от това през 2016 г. и надхвърля растежа в световен мащаб (+ 7%).

Перспективите за европейски туризъм през 2018 г. остават положителни и се очаква да се увеличат с около 3-4% въпреки глобалните предизвикателства през 2017 г. (напр. терористични атаки, геополитически проблеми и т.н.).

Глобалните тенденции, очертани от Световната туристическа организация и оповестени от Министерството на туризма (Министерство на туризма, 2019, стр. 3-10), могат да се очертаят в следните насоки:

- **Демографски и поведенчески промени**. Промяната на демографските данни има голямо въздействие върху търсенето на туристически услуги.

✓ Наблюдава се непрекъснат ръст на броя на световното население – световното население се очаква да нарасне от 7,4 милиарда през 2015 г. на 9,7 милиарда през 2050 г.

✓ продължава ръста на глобалната средна класа и застаряващото население, което означава, че глобалното население като цяло ще бъде по-богато и по-възрастно в следващите десетилетия.

✓ Нараства значението на новите поколения – Милениълс и Поколение Z. Израснали с технологии, предпочитащи мобилността и преживяванията, което води до значителни промени в туристическия пазар, свързани с неговата дигитализация. Поколението X (родените в на-

чалото на 1960-та до края на 1970 г.) не е най-големия пазар, но е поколението, което понастоящем харчи най-много пари за пътуване в сравнение с другите поколения.

- **Промени в емитивните туристически пазари**. През 2017 г. се наблюдава огромно увеличение на изходящите пазари от Изтока, особено на арабския и индийския пазари. До 2020 г. изследователите прогнозират, че арабският пазар ще нарасне с 50%, а UNWTO очаква 50 милиона индийци да пътуват в чужбина.

- **Навлизане на компютърните технологии в туристическата индустрия.** Дигитализацията трансформира радикално туристическата индустрия. Динамичното развитие на новите технологии прави пътуването по-лесно и достъпно. Данните показват, че 60% от туристите с цел „Почивка“ и 41% от бизнестуристите организират пътуванията си през Интернет. Резервациите чрез мобилни устройства са се увеличили с 37% между юли 2016 – юли 2017 г., като това преминаване към мобилни устройства продължава да нараства през 2018 г. 95% от пътуващите с цел „Почивка“ четат най-малко 7 препоръки онлайн, преди да резервират почивката си. 85% от туристите биха предпочели персонализирани маршрути чрез проследяване на цифровия им профил.

- **Промени в начина на пътуване и сигурността.** Бързото нарастване на туризма и въздушния транспорт през последните десетилетия е в отговор на два основни фактора: първият е свързан с по-високи доходи и новопоявяваща се средна класа в нововъзникващите икономики (които насърчават по-големи потребителски разходи, включително за пътувания), а вторият, че пътуванията с въздушен превоз стават по-изгодни. Либерализацията на въздухоплаването стимулира конкуренцията и позволява да се появят нови бизнес модели на авиокомпании като чартърни и нискотарифни превозвачи. Сигурността става основен фактор при избора на дестинация, а граничните мерки са от все по-голямо значение за туристите.

- **Увеличават се изискванията на туристите към преживяванията по време на туристическото си пътуване.** Туристите по света все повече търсят уникални и автентични преживявания. Една от новите тенденции в областта на туризма през следващата година е свързана с постигането на цели по време на пътуването (например, участие в маратон, осъществяване на поход и др.)

Посочените тенденции са важни за определяне на политиката по предлагане на туристически продукти и услуги в страната ни, тъй като основен дял от посещенията, които се реализират от туризъм са от чуждестранни туристи. По данни на НСИ (НСИ, 2019), през 2018 година

общият брой туристически посещения на чужденци в България е 9 273 345. Ръстът спрямо 2017 г. е 4,4%.

Като част от света българските граждани също се променят, както по отношение демографията, дигитализацията, поведението при пътуване. Въпреки това те са специфичен потребителски сегмент за националния туризъм, което налага проучването на тенденциите в поведението и потреблението на национално ниво. При българите особеностите в поведението им от гледна точка на предприемане на туристическо пътуване са по различни: (Пенерлиев, 2016).

- **Планиране и организиране на пътуването.** Те планират обикновено в последния момент, от две седмици до един месец по-рано. За организацията на почивката си българите използват предимно неформални източници на информация. За тях е сравнително слабопопулярна практиката за съчетаване на източниците.
- **Използване на дигиталните технологии.** Интернет е по-популярен като източник на информация за българите през по-слабо активните сезони – пролет и есен, както и зима. Необходими са целенасочени усилия за популяризиране на по-специфични обекти в рамките на страната и за връщане на приключението в почивката в България. Туристическата реклама на България е недостатъчна и непопулярна като информационен източник. Най-голямото предизвикателство е свързано със социалните медии и осъществяването на адекватна връзка между различните комуникационни канали. При начина на организация на почивката, българинът предпочита да направи всичко сам, т.е. за българите би била по-успешна комуникационна кампания, която да достига пряко до потенциалните туристи.
- **Продължителност на престоя**. Регистрирана е тенденция към намаляване на продължителността на престоя. През лятото средната продължителност е 5-6 нощувки, а през останалите сезони – три.

Както става видно от представените тенденции, промените, които настъпват в глобален и национален аспект се проучват и анализиран на национално ниво и се взимат предвид при създаването на стратегически и оперативни документи за развитието на туризма.

3. Перспективи за развитието на българския туризъм

Представените в Актуализираната стратегия за устойчивото развитие на туризма в България **(Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030, 2017)** се очертават добрите перспективи за развие на туристическия потенциал на страната ни. Промените в поведението на потребителите,

икономическото развитие в световен мащаб, глобалната геополитическа обстановка и дори промените в климата, в определени аспекти, могат да бъдат предпоставка за развитието на туризма на страната в желаната посока. Развитието на международното сътрудничество, участията в международни борси и изложения също допринасят за повишаване на потенциала.

Основните възможностите за развитие на дестинацията произтичат от **(Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030, 2017, стр. 80-81**):

- Обвързаност на страната с влиятелни международни туристически организации и възможност за интензивно участие в процесите, свързани с развитието на туризма в световен мащаб, по-добро позициониране като туристическа дестинация и осигуряване на подкрепа за туристическия бранш.
- Пренасочване на туристопотоци от конкурентни дестинации, заради по-високото ниво на сигурност на дестинацията.
- Облекчаване на визовите режими и улесняване на пътуванията.
- Висок ръст на развиващите се икономики и нарастващо значение на държави като Мексико, Бразилия, Русия, Индия и Китай (MBRIC) със значителен ръст в изходящите пътувания.
- Относителна стабилност на глобалната финансова система.
- Благоприятна и относително стабилна икономическа среда за развитие на туризма в световен план.
- Подобряване на икономическото благосъстояние и стандарта на живот на населението.
- Увеличаване на свободното време в отговор на навлизащите нови технологии и промени в стила и начина на живот
- Активизиране на междукултурните връзки и сътрудничество.
- Застаряване на населението и нарастваща популярност на възможностите за развитие на различни форми на здравен туризъм.
- Увеличаване на пътуванията в близост до дома.
- Увеличаване на броя на пътуванията за сметка на продължителността и търсене на нови дестинации.
- Нарастване на броя на хората, свързани с природата и екологичния начин на живот, с изисквания към целесъобразното използване на природните ресурси и практикуване на устойчив туризъм.
- Нарастваща популярност на алтернативните видове туризъм

- Нарастващо предимство на цената при търсене на туристическо пътуване.
- Увеличаващо се влияние на технологиите в развитието на туризма.
- Оттегляне на туристи от традиционно атрактивни дестинации, заради глобалните климатични промени.
- Висока активност и големи бюджети за привличане и задържане на туристи и удължаване на туристическия сезон от страна на основните конкуренти.
- Развитие на сътрудничеството с международните организации в туризма.
- Възможности за привличане на чуждестранни инвестиции, заради икономическа и банкова стабилност.

От очертаните тенденции и перспективи може да се отчете, че Сложната международна обстановка осигурява предимства на България като туристическа дестинация от гледна точка на нейната относителна сигурност, безопасност и политическа стабилност. Членството й в ЕС и възможността за свободно придвижване също я поставят в добри позиции, особено по отношение на пътувания в рамките на Съюза. Сегашната благоприятна ситуация обаче е резултат основно от външни фактори и проблеми в традиционно силни дестинации, а не от значими конкурентни предимства на страната. България трябва да бъде наложена на световния туристически пазар като разпознаваема и предпочитана, сигурна, национално идентична дестинация с имидж, базиран на съхранени, автентични и социализирани природни и културни забележителности и отлично съотношение между цена и качество на туристическия продукт.

Заключение

В заключение може да се отчете, че целта на всички заинтересовани от развитието на туризма е утвърждаването на България като целогодишна туристическа дестинация с добре разпознаваем висококачествен туристически продукт. Това е постижимо чрез следване на световните тенденции и тези, които протичат на ключовите за страната ни туристически пазари. Министерството на туризма работи по изграждането на дългосрочен имидж на България като модерна, сигурна и богата на възможности европейска дестинация чрез микс от маркетинг активности, които водят до увеличаване обема на входящия туристопоток, насърчават вътрешния туризъм и привличат платежоспособни туристи.

ЛИТЕРАТУРА

Пенерлиев, М. (2016). Изследване на туристическото поведение и профила на туристите в България . *Географски аспекти на планирането и използването на територията в условията на глобални промени.* Вършец.

Ilieva, L. (2014). RESEARCH ON THE KEY GENERATING MARKETS FOR DESTINATION «BULGARIA». *Молодий вчений*, 28-32.

Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 (2017).

Министерство на туризма. (2019). Годишна програма за национална туристическа реклама 2019 година. Retrieved from Министерство на туризма.

НСИ. (2019). Посещения на чужденци в България по цел на пътуването и по страни.