СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

СЪЮЗ НА УЧЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ – КЛОН СВИЩОВ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА
КОНФЕРЕНЦИЯ

ИКОНОМИКАТА НА БЪЛГАРИЯ – 30 ГОДИНИ СЛЕД НАЧАЛОТО НА ПРОМЕНИТЕ

Свищов, 22 ноември 2019 г.

Сборник с доклади

Конференцията е посветена на 75 години от създаването на Съюза на учените в България

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2020

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ

Доц. д-р Иван Марчевски – Ректор на СА „Д. А. Ценов“ - Свищов
Проф. д.б.н. Диана Петкова – Председател на Съюза на учените в България
Доц. д-р Тодор Кръстевич – Зам. ректор „Научноизследователска и проектна дейност“ на СА „Д. А. Ценов“
Доц. д-р Красимира Славева – Председател СУБ – клон Свищов

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Проф. д-р Атанас Атанасов
Доц. д-р Христо Сирашки
Доц. д-р Пепа Стойкова
Гл. ас. д-р Зоя Иванова
Гл. ас. д-р Любка Илиева

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Председател:
Проф. д-р Атанас Атанасов
Членове:
Проф. д-р Поля Ангелова
Проф. д-р Маргарита Богданова
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Христо Сирашки

НАУЧНИ СЕКРЕТАРИ
Гл. ас. д-р Зоя Иванова
Гл. ас. д-р Любка Илиева

Публикуваните материали са рецензирани. Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

ISBN 978-954-23-1815-6

СЪДЪРЖАНИЕ

ИКОНОМИКС, ФИНАНСИ, ЗАСТРАХОВАНЕ, СОЦИАЛНО ДЕЛО

Напълно автоматизирания луксозен комунизъм – опит за подмяна на идеологията с технология
Проф. д.н. Борислав Борисов, докт. Дмитрий Лем 7

Бюджетно осигуряване на националната сигурност – състояние и тенденции за периода 2010 – 2019 г.
Проф. д-р Андрей Захариев, ас. д-р Стефан Станимиров, докт. Русалин Русалинов.....18

За информационното общество в България – 30 години след началото на промените
Проф. д-р Йордан Василев 27

Човешките ресурси в здравеопазването (2009-2019 г.)
Доц. д-р Анастасия Марчева, гл. ас. Милена Владимирова.....35

Реформата в българското данъчно облагане и икономиката в сянка
Доц. д-р Валентин Милинов 43

Надзор върху застрахователната дейност в България в контекста на защитата на интересите на застрахованите
Доц. д-р Венцислав Василев 51

Българската икономика преди и след 30 години: източници на растежа
Доц. д-р Вера Пиримова 58

Глобализацията на съвременната икономика и мястото на България в нея
Доц. д-р Людмил Несторов 67

Осигурително-технически аспекти на взаимовръзката „вход – изход“ през призмата на адекватността и еквивалентността на пенсионноосигурителната система в България
Доц. д-р Пламен Йорданов, докт. Жанета Ангелова 76

Застраховането като възможност за осигуряване на допълнителен доход на хората в надработоспособна възраст
Доц. д-р Румен Ерусалимов 84

Конвергенция на финанси и застраховане в България –
проявления, тенденции, възможности
Доц. д-р Стоян Проданов.....93

Анализ на показателите за капиталова адекватност на банките
в България през периода 2007 – 2018 г.
Гл. ас. д-р Аглика Кънева 102

Еволюция на държавния надзор върху застрахователната
дейност в България
Гл. ас. д-р Анелия Панева 113

30 години пазарна икономика в България: ефекти върху заетостта
Гл. ас. д-р Елка Сярова.....121

Оценка състоянието на задлъжнялостта в подсектор
„Местно самоуправление“
Гл. ас. д-р Петко Ангелов, докт. Силвия Заркова.....129

Развитие и усъвършенстване на институционалната структура
на пазара на труда в България
Гл. ас. д-р Таня Илиева 137

Пъзел с изменчивостта – методология за тестване на БФБ
Гл. ас. д-р Цвета н Павлов 144

Осигуряване в Универсален пенсионен фонд – състояние
и възможности
Ас. д-р Йордан Йорданов.....153

Инвестирането във ВЕЦ като важен възобновяем енергиен източник
в България
Ас. д-р Стефан Станимиров, докт. Мирослав Костадинов.....161

Мястото на преките чуждестранни инвестиции
в българската икономика
Ас. Елица Петкова.....168

Парите – начален и краен стимулатор и ограничител на банковото
външнотърговско посредничество (Финансово-правни аспекти)
Ас. Игнат Папазов 177

Стрес тестовете на българската банкова система в контекста
на регулаторните изисквания на Базел III
Докт. Беатрис Любенова 184

Инвестиционните банки и ипотечните облигации
Докт. Борислав Киров 196

Презастраховането като инструмент за управление на риска
Докт. Вахан Бохосян 205

Отражение на петролните ценови шокове върху световната
икономика
Докт. Даниел Тунчев 211

Българският модел на системата „бонус-малус" и поредното
предизвикателство пред застрахователните компании
Докт. Михаела Монова 220

Проблеми и предизвикателства пред холдинговите дружества
в България
Докт. Теодора Цветкова 228

СЧЕТОВОДСТВО, КОНТРОЛ, АНАЛИЗ, СТАТИСТИКА

Същност и възможности за счетоводно отчитане
на специализираните пенсионни резерви в пенсионноосигурителните
дружества
Проф. д-р Атанас Атанасов 239

Съвременната агростатистика в България – началото
Проф. д-р Поля Ангелова 247

Стандартизация на счетоводството в предприятията от публичния
сектор в Република България
Доц. д-р Венцислав Вечев 255

Значими изменения в счетоводството в резултат на настъпилите
социално-икономически промени през последните 30 години
Доц. д-р Галина Чиприянова 261

Структурните промени в българската икономика и влиянието им
върху външната търговия и икономическия растеж
Доц. д-р Красимира Славева 270

Първи период в развитието на статистическия анализ
на „Отдалечени наблюдения“ ("OUTLIERS")
Доц. д-р Любомир Иванов **281**

Оценка на достъпа до интернет в дейността на предприятията
Доц. д-р Маргарита Шопова **288**

Стопански счетоводен анализ на ефективността и финансовата
стабилност на предприятието
Доц. д-р Марко Тимчев **296**

Правни аспекти на трансферното ценообразуване при данъчно
облагане в Р България
Доц. д-р Пенко Димитров **305**

Дуално или триално обучение по контролни дисциплини във висшето
образование – проблеми и предимства
Доц. д-р Пепа Стойкова **313**

Сравнителен анализ на финансирането на висшето образование
в страните от Европейския съюз
Доц. д-р Пламен Петков **324**

Предизвикателства пред одиторите в контекста на разширеното
докладване
Доц. д-р Силвия Костова **333**

Оценката на риска при извадковото изучаване в одита
Доц. д-р Стела Касабова **341**

Развитие на контрола върху акцизите през последните 30 години
Гл. ас. д-р Жельо Желев **347**

Мрежов модел за пътуване в България с БДЖ при планиране
на маршрут за пътуване с прикачване
Гл. ас. д-р Миглена Иванова **355**

Счетоводната професия в перспектива – умения и компетенции
Гл. ас. д-р Радосвета Кръстева-Христова **364**

Оценка на икономическото сближаване между областите в България
Гл. ас. д-р Тихомир Върбанов **371**

Проблеми при прилагането на разширения критерий на Дики-Фулър
Ас. д-р Евгени Овчинников 379

МЕНИДЖМЪНТ, МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНИ ОТНОШЕНИЯ ПЛАНИРАНЕ, ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

Comparative Analysis of the Competitiveness of the Balkan Countries
Prof., PhD Lyubcho Varamezov.....387

Lean Management във висшето образование
Проф. д-р Маргарита Богданова 394

Стратегическият маркетингов мениджмънт – перспектива
за развитие на туристическите бизнес организации в България
Доц. д-р Ваня Григорова 403

Приложение на Big Data анализа за защита на информацията
Доц. д-р Веселин Попов, доц. д-р Петя Емилова 411

Проблемът с текучеството на персонала в българските предприятия
Доц. д-р Галина Захариева, докт. Дритон Сюлча.....419

Управление на преживяванията на персонала – фактор
за организационно развитие
Доц. д-р Ирена Емилова, гл. ас. д-р Милен Динков.....427

Подобряване на отрасловата свързаност чрез изграждане
на железопътния участък по коридор № 9
Доц. д-р Камен Петров, докт. Радослав Костев 436

Потенциал на индустриалния интернет за нещата за подобряване
на производствените процеси
Доц. д-р Наталия Маринова 445

Професионалното обучение и особености на системата
за професионално образование и обучение
Доц. д-р Христо Сирашки 453

Повишаване качеството на обслужване на клиенти чрез въвеждане
на нови технологии в търговията
Гл. ас. д-р Венцислава Минкова.....465

Предимства на гъвкавото управление на проекти и въздействието върху проектния риск
Гл. ас. д-р Евелина Парашкевова.....473

Социално-икономически промени - управленски аспекти
Гл. ас. д-р Елена Йорданова 481

Приложение на web 2.0 технологиите за споделяне на научни изследвания, ресурси и резултати
Гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова.....487

Съвременни предизвикателства пред управлението на регионалното развитие в Република България
Гл. ас. д-р Методи Иванов.....495

Маркетингови комуникации на българския бизнес в дигитална среда
Гл. ас. д-р Мирослава Ценкова 502

Местното самоуправление в България – някои основни постановки
Гл. ас. д-р Юлиян Господинов 510

Степен на интегрираност на приоритетите за интелигентна специализация в плановите документи
Ас. д-р Мариела Стоянова 518

Концепция за многостепенно управление: възникване, развитие, перспективи
Докт. Димитрина Проданова.....524

Развитие на електронната търговия в България през последните 30 години
Докт. Михаела Маркова.....533

ИКОНОМИКА НА ОТРАСЛИТЕ

Устойчивост в развитието на туризма в националната бизнес среда
Проф. д.ик.н. Таня Горчева 543

Българската индустрия – тридесет години по-късно
Проф. д-р Анета Денева.....551

Подпомагане на доходите на производителите от аграрния сектор
Доц. д-р Виолета Блажева 560

Съвременни измерения на управлението на талантите
Доц. д-р Искра Пантелеева 566

Значение на инфраструктурните коридори за регионалното икономическо развитие на България
Доц. д-р Камен Петров 574

Изследване на възможностите за развитие на туристическа дестинация „Свищов“
Доц. д-р Любка Илиева 583

Градско земеделие – алтернатива или необходимост
Доц. д-р Марина Николова 592

Теоретико-приложни аспекти на мърчандайзинга в българската търговска практика
Доц. д-р Петранка Мидова 603

Туристическите агенти, резервационните услуги на туроператорите и свързаните с тях дейности в България 30 години след началото на промените
Доц. д-р Петя Иванова 611

Изследване необходимостта от придобиване на търговски умения по женско предприемачество
Доц. д-р Светослав Илийчовски, доц. д-р Теодора Филипова 618

Бизнес среда и предприемаческа дейност на българските пивоварни предприятия
Доц. д-р Сергей Найденов 626

Атрибутивно анализиране на асортиментното разнообразие в точките на продажби
Доц. д-р Симеонка Петрова 634

Периодът на прехода – 30 години растеж на регионалните дисбаланси
Доц. д-р Тихомир Личев 642

Социална работа и социално предприемачество
Гл. ас. д-р Ваня Ганева 652

Анализ на сезонността в търговията
Гл. ас. д-р Венцислав Перков 660

Разкриване на нефинансова информация от големите български държавни предприятия
Гл. ас. д-р Емил Николов 667

Подходи за управление на риска в търговските предприятия
Гл. ас. д-р Зоя Иванова 676

Проблеми и предизвикателства пред развитието на туризма в България
Гл. ас. д-р Любомира Тодорова 684

Развитие на туристическа дестинация България като част от интернационалния туристически пазар
Гл. ас. д-р Павлин Павлов 690

Анализ на предприемаческите нагласи в България
Ас. д-р Ивайло Костов 698

Устойчиво развитие на българската индустрия
Докт. Айтен Сабри 706

Значение на пътната инфраструктура като фактор за подобряване състоянието на горскостопанските предприятия
Докт. Руслан Коларов 714

Анализ на възможни решения за преодоляване на височинните ограничения и ограниченията в газенето през канала море-езеро за по-големи плавателни съдове създавани от Аспарухов мост
Инж. Дойчин Ников, Красимира Вангелова 722

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ИКОНОМИКАТА НА БЪЛГАРИЯ – 30 ГОДИНИ СЛЕД НАЧАЛОТО НА ПРОМЕНИТЕ

Свищов, 22 ноември 2019 г.

Сборник с доклади

Конференцията е посветена на 75 години от създаването на Съюза на учените в България

ISBN 978-954-23-1815-6

Издателство и печат: Академично издателство „Ценов”
Свищов, ул. Градево № 24

740

РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ КАТО ЧАСТ ОТ ИНТЕРНАЦИОНАЛНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР

Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Катедра „Икономика и управление на туризма“
СА „Д. А. Ценов“
p.pavlov@uni-svishtov.bg

Резюме: *Настоящата научна разработка разглежда развитието на Р. България като туристическа дестинация в контекста на международния туристически пазар. Представят се флуктуациите и тенденциите на напредъка на страната ни като дестинация за практикуване на туризъм, базирани на официални данни (брой на международните туристически посещения и заминавания, дялове на емитивни и рецептивни пазари и др.). Представя се позиционирането на Р. България на международния туристически пазар.*

Ключови думи*: туристическа дестинация, туристически пазар, Р. България, туризъм.*

JEL*: L83.*

DEVELOPMENT OF THE TOURIST DESTINATION BULGARIA AS PART OF THE INTERNATIONAL TOURISM MARKET

Head Assist.Prof. Pavlin Pavlov, PhD
Department of Tourism Economics and Management
D. A. Tsenov Academy of Economics
p.pavlov@uni-svishtov.bg

Abstract: *The present scientific research examines the development of Bulgaria as a tourist destination in the context of the international tourism market. The fluctuations and trends of our country's progress as a destination for practicing tourism are presented, based on official data (number of international tourist visits and departures, shares in the issuing and receptive markets, etc.). The positioning of the Republic of Bulgaria on the international tourist market is presented.*

Key words: *tourist destination, tourist market, Republic of Bulgaria, tourism.*

JEL: *L83.*

1. Въведение

Туристическият пазар е мястото, където се предлагат и потребяват туристически услуги. Той се подчинява на редица икономически закони като всеки друг пазар, но в същото време има своите специфики.

Интернационалният туристически пазар може да се дефинира като съвкупност от туристически услуги, предлагани от туристически предприятия на определена цена и търсени, респективно закупувани от туристите на най-изгодната за тях парична равностойност, като участниците са от две или повече страни. В този контекст разглеждането на туристическите пазари като емитивни и рецептивни се обуславя от наличието или отсъствието на туристически ресурси (природни и антропогенни). Емитивният по своята същност не може да задоволи изцяло туристическото търсене, поради недостатъчни условия за практикуването на туризъм. Това може да се дължи на минималните ресурси или на специфични туристически нужди. В този контекст задоволяване на туристическите потребности се реализира на други територии, а именно рецептивните туристически пазари. Те са географски обособени места, които разполагат с достатъчно условия и дадености за задоволяване на разнообразните нужди на туристопотока. С други думи емитивните пазари генерират туристическо търсене, което се задоволява от туристическото предлагане на рецептивните пазари. Необходимо е да се отбележи, че даден туристически пазар може да бъде преобладаващо рецептивен или емитивен, т.е. макар и в по-малка степен притежава характеристиките на противоположния вид.

Туристическа дестинация България е част от световния туристически пазар. Тя присъства активно на него от 60-те години на миналия век като амбициите на страната са да бъде сред предпочитаните от значителен брой чуждестранни туристи (Ракаджийска, 2018). Непрекъснато се разработва и доусъвършенства туристическата политика на страната с оглед позиционирането на България като целогодишна туристическа дестинация (Божинова, Личев, Тодорова, Павлов, & Георгиева, 2019). В тази връзка предвид богатите туристически ресурси, с които разполага страната ни тя се откроява като преобладаващо рецептивен пазар за туристически посещения.

2. Туристическа дестинация България в контекста на международния туристически пазар

По данни от Националния статистически институт на Р. България общото туристическо потребление за 2016 г. в страната възлиза на 8759,55 млн. лв. Преобладаващият дял от разходите за крайно потребление на туристи в България е на туристите нерезиденти, т.е. 7321,70 млн. лв. или 83,59 %. Делът на туристите резиденти е едва 1437,85 млн. лв. или 16,41 %. Това показва значението на чуждестранните туристи за страната.

Таблица 1

Разходи за крайно потребление на туристи (резиденти и нерезиденти) в България за 2016 г. (млн. лв.)

	Разходи за крайно потребление на туристи, нерезиденти в страната – общо	Разходи за крайно потребление на туристи, резиденти в страната – общо	Разходи за крайно потребление на туристи (резиденти и нерезиденти) в страната - общо
Общо продукти за крайно потребление от туристи	7321,70	1437,85	8759,55
Продукти за крайно потребление, характерни за туризма	5653,51	1314,76	6968,27
Услуги за настаняване	1537,13	385,33	1922,46
Услуги, свързани със сервиране на храна и напитки	2431,76	370,41	2802,17
Услуги, свързани с транспорт	817,62	340,00	1157,62
Услуги, свързани с туроператори и туристически агенции	0,00	80,48	80,48
Услуги, свързани с културни мероприятия	656,00	108,90	764,90
Услуги, свързани със спорт и възстановяване	211,00	29,64	240,64
Други продукти за крайно потребление	1668,19	123,09	1791,28

Източник: (Национален статистически институт на Р. България, 2019)

Анализът на данните в таблица 1 показва, че разходите за крайно потребление на туристи нерезиденти в България са по-големи от присъщите за резидентите. Това предполага засилване на промотирането

на страната ни като международна туристическа дестинация, която притежава необходимите природни и антропогенни ресурси за практикуването на множество видове туризъм. В графичен вид процентните разлики между разходите на крайните потребители са следните:



Фигура 1. Процентно разпределение на разходи за крайно потребление на туристи (резиденти и нерезиденти) в България за 2016 г.

Разходите за крайно потребление на чуждестранни туристи в България водят до увеличаване на значимостта на туристическия сектор в страната ни като цяло. Това рефлектира върху развитието на туристическа дестинация България като рецептивен туристически пазар. В тази връзка важно значение имат международните туристически пристигания и приходите от туризъм в световен мащаб, както и делът на България като част от интернационалния туристически пазар.

Информацията от таблица 2 показва непрекъснатият ръст на международния туризъм и приходите от него. Висок дял в световен мащаб имат развитите икономики, но немалък ръст бележат и развиващите се икономики. Европа се откроява като водеща туристическа дестинация с пазарен дял при туристическите посещения от чуждестранни туристи за 2018 г. в размер на 50.7 % и 39.3 % от приходите. Туристическа дестинация България също бележи положителен ръст за периода 2010 – 2018 г. Пазарният дял на страната е 1.3 % от интернационалните туристически визити и 0.8 % от реализираните приходи.

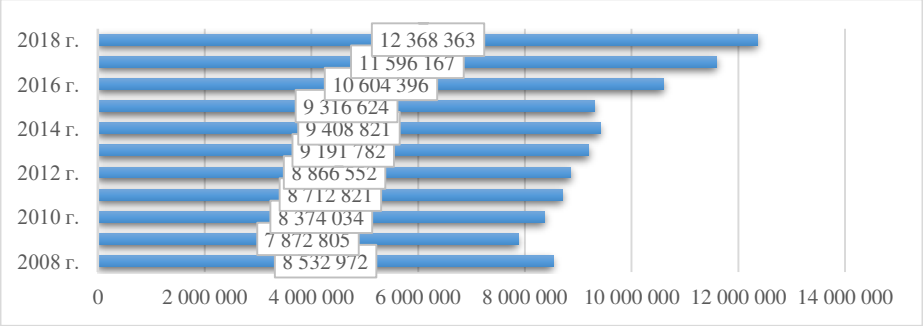
Таблица 2

Международни туристически пристигания и приходи от туризъм

	Туристически посещения от чуждестранни туристи (в млн.)			Пазарен дял 2018 г. (%)	Приходи (млрд. щатски долари)			Пазарен дял 2018 г. (%)
	2010 г.	2017 г.	2018 г.		2010 г.	2017 г.	2018 г.	
Свят	**952**	**1,329**	**1,401**	**100**	**975**	**1,346**	**1,451**	**100**
Развити икономики	515	730	762	54.4	638	869	937	64.6
Развиващи се икономики	437	598	639	45.6	337	477	514	35.4
Европа	**486.4**	**673.3**	**710.0**	**50.7**	**422.8**	**519.5**	**570.5**	**39.3**
Северна Европа	57.0	78.4	78.9	5.6	60.6	88.6	93.9	6.5
Западна Европа	154.4	192.7	200.4	14.3	152.4	170.9	187.5	12.9
Централна/ Източна Европа	98.1	134.6	141.4	10.1	48.3	60.7	68.7	4.7
Южна/Средиземноморска Европа	176.9	267.5	289.4	20.7	161.5	199.3	220.4	15.2
ЕС - 28	382.2	539.3	562.9	40.2	354.9	438.6	480.7	33.1
България	6,047	8,883	9,273	1.3	0,003407	0,004045	0,004512	0.8

Източник: (World Tourism Organization (UNWTO), 2019, pp. 17-18)

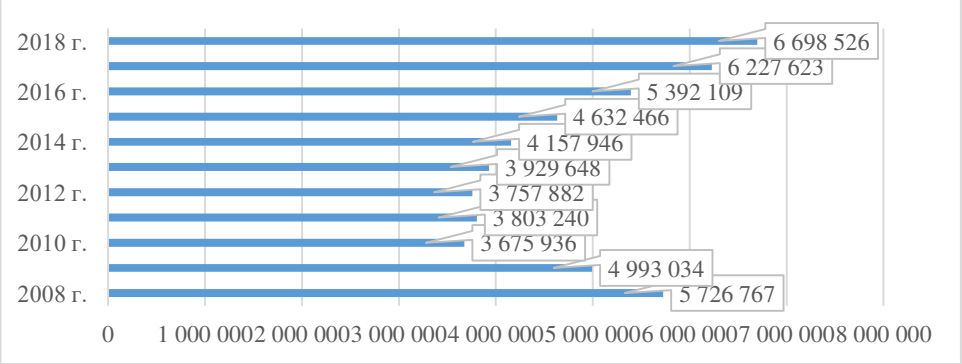
Броят на посещенията на чуждестранни граждани в България през последните години се увеличава непрекъснато (вж. фигура 2). За 2018 г. те са 12 368 363 броя, докато за 2017 г. са 11 596 167 броя или изменението за 2018 спрямо 2017 е 6.24 %.



Фигура 2. Брой посещения на чужденци в България за периода 2008 – 2018 г.

Държавните институции в България, отговорни за развитието на туризма, се стремят към позициониране на страната ни като туристическа дестинация, предлагаща качествен и достъпен туристически продукт (Тодорова, 2018). Това се налага поради глобализацията на световния туристически пазар, която засилва конкуренцията между туристическите дестинации (Илиева, 2016).

За периода 2008-2018 г. флуктуациите на пътуванията на български граждани в чужбина са както положителни така и отрицателни. През последните години обаче бележат положителен ръст. За 2018 г. спрямо предходната увеличението е с 7.03 %.



Фигура 3. Брой пътувания на български граждани в чужбина за периода 2008 – 2018 г.

Данните от фигура 2 и фигура 3 не само дават ясна представа за възходящия ръст на пътуванията към и от България, но и затвърждават позицията на страната ни като преобладаващо рецептивен туристически пазар. В този контекст е важно да се проследят водещите емитивни пазари за туристическа дестинация България (вж. таблица 3).

Таблица 3

Основни емитивни за България туристически пазари

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
1	Румъния	Румъния	Румъния	Румъния	Гърция	Румъния	Румъния	Гърция	Румъния
2	Гърция	Гърция	Гърция	Гърция	Румъния	Гърция	Гърция	Румъния	Гърция
3	Германия	Германия	Германия	Германия	Германия	Германия	Германия	Германия	Германия
4	Русия	Русия	Русия	Русия	Русия	Турция	Русия	Турция	Турция
5	Македония	Македония	Македония	Македония	Турция	Русия	Турция	Русия	Македония

Източник: Разработено по данни от Министерство на туризма на Р. България

За периода от 2010 г. до 2013 г. сред водещите пет емитивни пазари са едни и същи страни. През 2014 г. се включва и Турция. Впечатление прави, че през 2018 г. Русия, която е голям емитивен пазар е извън водещите пет (тя е на шеста позиция). Възможна причина е преориентиране на руските туристи към други дестинации. Въпреки това основните пет емитивни туристически пазари са почти едни и същи за периода 2010 – 2018 г. Поради това е важно да се отбележи, че на практика туризмът в България е един от отраслите с висок растеж като същевременно е инструмент за устойчиво развитие (Николова, 2012). Това обаче предполага засилване на развитието на България като туристическа дестинация, заемаща все по-значимо място на пазара, като рецептивен туристически пазар. В този контекст са нужни редица мерки като основните са: по-ефективна реклама, подобряване на имиджа, подобряване на инфраструктурата и суперструктурата и др.

Заключение

Динамичността на съвременния международен туристически пазар изисква туристическите дестинации да бъдат гъвкави с оглед на промяна на социално-икономическите условия като цяло и в частност измененията в предпочитанията на туристите. Само по този начин дадена дестинация би могла да има добра посещаемост, съответно да реализира приходи от международен туризъм. В този контекст, на база на изложеното в настоящата разработка, може да се твърди, че Р. България е сравнително добре позиционирана като преобладаващо рецептивен туристически пазар. Оползотворяването във възможно най-висока степен на туристическия потенциал на страната изисква полагането на немалки усилия от отговорните институции и туристическия бизнес. От изключителна важност е развитието на България като интернационална дестинация за туризъм да се реализира по устойчив начин, защото така би се гарантирало опазването и съхраняването на туристическите ресурси на страната.

ЛИТЕРАТУРА

Божинова, М., Личев, Т., Тодорова, Л., Павлов, П., & Георгиева, К. (2019). Съвременни измерения на управлението на туристическа дестинация България. *Алманах „Научни изследвания“, 27*, pp. 7-38.

Илиева, Л. (2016). Ребрандиране на туристическа дестинация чрез фестивален туризъм. *Научни трудове. Аграрен университет - Пловдив*, pp. 239-246.

Николова, М. (2012). Европейските екологични сертификационни норми за устойчиво развитие на селския туризъм в Република България. *Управление и устойчиво развитие*, pp. 69-75.

Ракаджийска, С. (2018). Оценка на дестинация България в контекста ва международния туристически пазар. *Eastern academic journal* (4), pp. 39-55.

Тодорова, Л. (2018). Възможности за повишаване привлекателността на туристическа дестинация България. *Диалог*(3), pp. 11-22.

World Tourism Organization (UNWTO). (2019). International Tourism Highlights, 2019 Edition. Retrieved 12 2019

Национален статистически институт на Р. България. (2019, 12). Retrieved from https://www.nsi.bg