КРЪГЛА МАСА С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ

ТЪРГОВИЯТА – НАУЧНО ЗНАНИЕ И БИЗНЕС РЕАЛНОСТ

Сборник с доклади

АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ЦЕНОВ" СВИЩОВ

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

доц. д-р Теодора Филипова
доц. д-р Петранка Мидова
доц. д-р Симеонка Петрова
доц. д-р Венцислав Перков
гл. ас. д-р Зоя Иванова
гл. ас. д-р Иван Маринов
докт. Никола Илчев

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Председател:
Доц. д-р Светослав Илийчовски

Членове:
проф. д-р Анета Денева
проф. д-р Теодора Димитрова
проф. д-р Атанас Атанасов
доц. д-р Теодора Филипова
доц. д-р Петранка Мидова
доц. д-р Симеонка Петрова
доц. д-р Венцислав Перков



ISBN 978-954-23-2005-0

СЪДЪРЖАНИЕ

Катедра „Търговски бизнес“: 30 години обучение, академична мисия и проекции на бъдещето
Доц. д-р Теодора Филипова 5

Пленарни доклади

Новата „реалност“ в търговския бизнес
Проф. д-р Данчо Данчев 32

Омниканалното асортиментно планиране и потребителското поведение
Доц. д-р Симеонка Петрова 42

Някои моменти от развитието на корпоративната социална отговорност
Доц. д-р Иванка Николова 52

Тематично направление: Предприемачество и мениджмънт на ресурсите в търговията

Перспективы производства безопасных продуктов питания в условиях организационно-экономической модернизации предприятий пищевой промышленности Украины
Проф. Наталья Валинкевич, д.э.н. 60

Бранд мениджмънт на търговците на дребно
Доц. д-р Виолета Гълъбова 66

Търговски мениджмънт и аспекти на личността
Доц. д-р Явор Янкулов..... 73

Проблемы и перспективы развития коммерческой деятельности торговых предприятий в Украине
Доц. Ангелина Сотник, к.э.н. 81

Офшорните зони като алтернатива за алокация на капитала
Доц. д-р Донка Желязкова 87
Доц. д-р Михал Стоянов

Текстилната индустрия в България – състояние и перспективи
Доц. д-р Сергей Найденов 93
Докторант Калин Киряков

Дефиниране целите на сектор пчеларство от област Русе
Доц. д-р Любомир Любенов..... 99

Антикризисното управление в процеса на глобалната промяна
Доц. д-р Ирена Емилова 107

Иновации и иновационен процес в търговския бизнес
Доц. д-р Анатолий Асенов 112

Елементи и същност на организацията и организации от публичния сектор
Доц. д-р Христо Сирашки 120

HRM системите в търговските предприятия – ключът за успешно управление
Гл. ас. д-р Зоя Иванова..... 128

Глобален недостиг в търговията с графични карти – фактори и тенденции
Гл. ас. д-р Иван Маринов..... 136

Управленски аспекти на търговията в новата дигитална реалност
Гл. ас. д-р Станислава Стоянова..... 144

Въздействие от употребата на пестициди в селското стопанство
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева 152

Култура и мениджмънт на ресурсите при търговията с луксозни стоки
Гл. ас. д-р Иво Велинов 159

Предизвикателства пред виртуалното управление на търговския екип
Ас. д-р Надежда Стефанова..... 168

Основные направления развития перспективы „клиенты“ для потребностей стоимостно-ориентированного управления клиентским капиталом
Татьяна Завалий..... 176

Модели на ситуационно лидерство
Синан Пехливанов..... 181

Тематично направление: Иновации и дигитализация в търговията

Cooperation of Business and Science in the Frames of Technology Parks: Cases of Cee Countries
Prof., DSc. Ihor Lishchynskyy 186
Prof., DSc. Mariia Lyzun

Substantiation of Prospects for Trade Development in the Post-Pandemic Period
Doctor of Economic Sciences, Professor, Maryna Baldzhy 195
PhD in Economics, Victoria Odnolko

Start-up проекты в ритейле
Доц. Светлана Бирюченко, к.э.н. 202

Иновации и дигитализация в сектора на търговията
Доц. д-р Искра Пантелеева..... 206

Роля и влияние на изкуствения интелект върху търговията на дребно
Доц. д-р Надежда Димова 214

Завладени от интернет-на-нещата
Доц. д-р Михал Стоянов 220
Гл. ас. д-р Десислава Гроздева

Форми на проявление на дигитализацията на електроенергетиката – икономически аспекти
Доц. д-р Цветелина Ганкова - Иванова 229

Дигитални решения за реализация на земеделска продукция
Доц. д-р Марина Николова 237

„Системните молове“ и дигиталната революция
Доц. д-р Цветнен Цветков 247

Сравнителен анализ на електронната търговия в Европейския съюз
Доц. д-р Маргарита Шопова 251
Гл. ас. д-р Евгени Овчинников

За продоволствието и продоволствената сигурност – от научното знание до бизнес реалността
Доц. д-р Виолета Блажева 259

Изследване на потенциала за развитие на иновативни форми туризъм в България
Доц. д-р Любка Илиева 265
Сиана Спасова

Управление на складовете – процеси, предизвикателства, практики
Гл. ас. д-р Марияна Кътева 272

Марковата активност – индикатор за иновации
Гл. ас. д-р Венцислава Николова-Минкова 279

Пост-кризисното състояние и проблеми на хотелиерския бизнес в България
Гл. ас. д-р Любомира Тодорова 287

Блокчейн в агробизнеса
Гл. ас. д-р Радка Ненова 293

Дигитални решения в туристическия бизнес
Гл. ас д-р Павлин Павлов 301

Тематично направление:
Моделиране и инвестиционни проекти в търговията

Проектный подход как инструмент реализации политики управлении торгово-обменными операциями
Доц. Мария Плотникова, к.э.н. 306
Доц. Оксана Присяжнюк, к.э.н.

Различни възможности за прогнозиране и планиране на застрахователната дейност
Проф. д-р Росен Тодоров 310

Възможности за определяне на ликвидационната стойност
Доц. д-р Светослав Илийчовски 319

Въздействие на преките чуждестранни инвестиции върху вземанията по лизингови договори – нов бизнес в търговията
Доц. д-р Венцислав Перков 327

Преките чуждестранни инвестиции в икономическите сектори на страната
Доц. д-р Добрин Ганчев 335
Доц. дмн Милена Рачева

Организиране на мърчандайзинговите стокови запаси посредством Economic Order Quantity Model – EOQ
Хон. ас. д-р Светла Атанасова 342

A Model for Internet Payment Systems: Qualitative Risk Assessment
PhD Student Valeriu Cernei 351

Производство и търговия с етерични масла – традиция, бъдеще и здраве
Мая Алексиева 358

Тематично направление: Пазарни проучвания и конкурентоспособност в търговията

Increasing the Competitiveness of Ukrainian and Bulgarian Food Industry Enterprises
Doctor of Economic Sciences, Professor, Maryna Baldzhy 367
Graduate student, Aleksandra Nosachenko

The Trade Sector's Response to the Crisis Caused by the Covid 19 Pandemic
Professor Sreten Ćuzović, PhD 375
Associate Professor Svetlana Sokolov Mladenović, PhD
Đorđe Ćuzović, PhD

Конвергенция между омниканалния ритейлинг, маркетинг и логистика
Доц. д-р Виолета Димитрова 385

Състояние и тенденции на пазара на месо в България
Доц. д-р Петранка Мидова 393

Тенденции в заявителската активност и регистрирането на марки със закрила в България за периода от март 2019 г. до март 2021 г.
Гл. ас. д-р Мариела Димитрова 400

Фрагменти от търговията с хранителни добавки и Covid-19
Гл. ас. д-р Борислав Атанасов 407

Приложение на комуникационни инструменти в хипермаркети „Зора“
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева 413

Регионални аспекти и проблеми на търговията със селскостопанска продукция
д-р Валери Велковски 422

Инвестиционна активност и търговски възможности пред общините от поречието на река Дунав
Гл. ас. д-р Милен Динков 432

Анализ на улова на калкан (Psetta Maxima) в Черно море
Гл. ас. д-р Георги Русенов 439
Доц. д-р Ангелина Иванова
Гл. ас. д-р Мария Янкова
Ас. д-р Василка Кръстева

Здравният туризъм – елемент на продуктовия портфейл на дестинация България
Д-р Кристина Георгиева 443

Проблеми и възможности пред развитието на интермодалния транспорт в България
Докторант Елена Вълчева..... 451

Ценообразуването като конкурентно предимство
Докторант Илияна Дикова..... 459

Дали бъдещето е тук с иновативните 5G технологии в търговията с услуги?
Милан Чернев 466

Футуристичните доставки като конкурентно предимство на WALMART
Милчо Милчев..... 474

Социално-икономическото присъствие на „Загорка“ ад на пазара
Деница Стоянова 480

Тематично направление: Ефективност и социална отговорност в търговията

Съвременни тенденции и предизвикателства в развитието на кооперативната търговия в България
Доц. д-р Бисер Петков..... 489

Кратки бележки по историята за началото на застраховането в България
Проф. д-р Росен Тодоров..... 496

Sustainability Logistics Infrastructure: Conceptual Considerations and Possible Application
Docent, Candidate of Economic Sciences, Alexander Tanichev..... 501

Съвременни аспекти на търговията с пощенски услуги в България
Доц. д-р Теодора Филипова 512

Съвременните потребители, потребителският активизъм и гражданското общество
Гл. ас. д-р Виолета Петева 520

Сдруженията за защита на потребителите – взаимодействия и ползи
Гл. ас. д-р Миглена Душкова 528

Оценка на рентабилността в търговията
Гл. ас. д-р Николинка Игнатова 536

Организационно развитие чрез социално-отговорно поведение
Гл. ас. д-р Десислава Алексиева 544

Липсата на контрол – предпоставка за фалит на търговска верига (по примера на „Пикадили“ ЕАД)
Д-р Цветан Димов 549

Възможности за оценяване ефективността на дистрибуционните канали
Докторант Велизар Йорданов 557

Тематично направление: Стопанска отчетност и финансиране в търговията

Направления формирования учетного обеспечения системы управления земельными ресурсами
Проф. Татьяна Остапчук, д.э.н. 565

Проблеми при счетоводното отчитане на ДДС при продажбата на стоки в условията на Covid 19
Доц. д-р Галя Иванова-Кузманова 570

Изследване влиянието от прилагането на МСФО 15 приходи от договори с клиенти върху дейността на търговските предприятия
Доц. д-р Иван Андреев 576

Структура на продажбите на дребно – състояние и тенденции
Доц. д-р Красимира Славева 582

Изисквания към документирането на търговските сделки
Доц. д-р Славена Стоянова 589

Приложни аспекти на финансовия контрол при стопанската отчетност
Гл. ас. д-р Надежда Цветкова 597

ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПОТЕНЦИАЛА ЗА РАЗВИТИЕ НА ИНОВАТИВНИ ФОРМИ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ

Доц. д-р Любка Илиева
Докторант Сиана Спасова
СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Резюме: *През по-голямата част от 2020 г. пандемията от COVID-19 ограничи международните туристически пътувания. Това имаше опустошителен ефект върху българската туристическа индустрия, като през периода януари – декември 2020 г. общият брой туристически посещения на чужденци в България е 2 687 709 или със 71,1% спад* (Министерство на туризма, Статистически данни за международен туризъм в България за 2020 г., 2020)*(през 2019 г. общият брой туристически посещения на чужденци в България е 9 311 681, т.е. ръстът спрямо 2018 г. е 0,4%)* (Министерство на туризма, Статистически данни за международен туризъм в България за 2019 г., 2019).

Въздействието на кризата е повсеместна, но силата й върху общностите, които разчитат на туризма за оцеляването си и на множеството туристически компании, които бяха принудени да затворят, налага адаптирането им към новите условия и намирането на нови възможности за оцеляване. Именно стремежът за оцеляване дава възможност в тази непредвидена среда да се развият множество иновативни форми туризъм, както и да се появят нови форми на туристически преживявания.

Целта на настоящата разработка е да се представи иновационния потенциал на културно-историческия туризъм в България. За постигането на тази цел се представят възможностите за развитие на новите форми културно-исторически туризъм – събитиен и фестивален туризъм в страната ни.

Ключови думи: *туризъм, културно-исторически туризъм, събитиен туризъм, фестивален туризъм*

JEL: *L83*

RESEARCH OF THE POTENTIAL FOR DEVELOPMENT OF INNOVATIVE FORMS OF TOURISM IN BULGARIA

Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD
PhD student Siana Spasova
„D. A. Tsenov“ Academy of Economics – Svishtov

Abstract: *For most of 2020, the COVID-19 pandemic has limited international tourist travel. This had a devastating effect on the Bulgarian tourism industry, as in the period January - December 2020 the total number of tourist visits by foreigners in Bulgaria was 2,687,709 or a 71.1% decrease (Ministry of Tourism, Statistics on International Tourism in Bulgaria for 2020, 2020(in 2019 the total number of tourist visits of foreigners in Bulgaria is 9 311 681, i.e. the growth compared to 2018 is 0.4%) (Ministry of Tourism, Statistics for international tourism in Bulgaria for 2019, 2019).*

The impact of the crisis is pervasive, but its impact on communities that rely on tourism to survive and on the many tourism companies that have been forced to close requires them to adapt to new conditions and find new opportunities to survive. It is the pursuit of survival that

makes it possible in this unforeseen environment to develop many innovative forms of tourism, as well as to emerge new forms of tourist experiences.

The aim of this study is to present the innovative potential of cultural and historical tourism in Bulgaria. To achieve this goal, the opportunities for development of new forms of cultural and historical tourism are presented - event and festival tourism in our country.

Key words: *tourism, cultural-historical tourism, event tourism, festival tourism*

JEL: *L83*

Националните приоритети в туризма, очертани и в Националната стратегията за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 г. (Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014-2030г., 2017) са свързани с насърчаване на целогодишния туризъм в България, което цели създаване на социално-икономическа стабилност и преодоляване на обезлюдяването в най-бедните райони у нас. Това е постижимо чрез развиване на съвременни и иновативни форми туризъм извън рамките на стандартните услуги и в отговор на променящите се туристически нагласи към оползотворяване на свободното време.

Иновативните форми туризъм често се свързват с алтернативния туризъм, като алтернатива на стандартния или масовия туризъм. Алтернативният туризъм е форма на туризъм, която представлява алтернатива на конвенционалния масов туризъм. Неговите форми са малки, с ниска плътност, разделени на форми, практикувани в градски (религиозни, културни, бизнес) и селски райони. Алтернативният туризъм е опит да се запази, защити и подобри качеството на съществуващата ресурсна база, която е от основно значение за самия туризъм. Алтернативният туризъм се характеризира с активно насърчаване и грижа за развитието на допълнителни и специфични атракции, както и на инфраструктурата, която се основава на местните ресурси, като в същото време подпомага последните. Той оказва влияние върху качеството на живот в региона, подобрява инфраструктурата и повишава образователното и културното ниво на местната общност.

Алтернативните форми на туризъм допринасят за икономическото разнообразие, като се фокусират върху устойчивостта на околната среда и културата. Тези форми на туризъм не увреждат културата на приемащата общност и се основават на природни, социални и обществени ценности. Това позволява както на госта, така и на домакина - да изпитат положително, смислено взаимодействие и да споделят своя опит и културни особености. Алтернативните форми на туризъм пряко подпомагат местното население и икономическото разнообразие.

Като концепция и форма на туризъм се появява в края на 70 -те години. Алтернативният туризъм означава „нов“, „различен“, специализиран, а не този, който се счита за общ. Според J. Gazes (Penerliev, 2017, Ano V, número 10) алтернативният туризъм се развива на три основни нива:

- социокултурна и туристическа етика;
- икономически реализъм;
- опазване на околната среда.

През последното десетилетие той придоби значителна „тежест“ в туристическата индустрия и се превърна в отделен сегмент на международния туристически пазар. Наблюдава се нарастващо търсене и тенденция на „връщане“ към първоначалните източници на природна и социално-културна среда. Алтернативният туризъм включва културен, образователен, научен, приключенски, бизнес, селски, екстремен, земеделски (фермерски), ловен, винен, хоби, еко, религиозен, спа, здравен, секс туризъм.

В тази връзка е важно да се проследи потенциала на страната ни за развитие на възможностите за реализиране на иновативни решения за предоставяне на туристически продукти базирани на културно-историческото ни наследство.

Един от най-перспективните за въвеждане на иновации видове туризъм е културно-историческия. Той дава възможност историята и културното наследство на България да се пресъздадат чрез съвременни технологии и креативни решения. Внедряването им е важно за повишаване на конкурентоспособността на целия сектор и ефективността на регионалните туристически продукти чрез устойчиво и балансирано използване на културните и природните ресурси. Новият акцент върху развитието на културно-историческия туризъм в България носи ползи за местните общности и допринася за развитието на местни стоки и услуги, занаяти, местни храни, музикални танци, разказване на истории и насочващи услуги, които се търсят от туристите.

Културно-историческият туризъм е определен като „вид туристическа дейност, при която основната мотивация на посетителя е да научи, открие, преживее и консумира материалните и нематериалните културни забележителности/продукти в туристическа дестинация“ (Tourism and Culture, 2020).

Отклонявайки се от първоначалната ориентация към елитни клиенти, културният туризъм разширява концепцията си извън обектите и паметниците към творчеството, начина на живот, традициите и ежедневната култура. Появяват се иновативни форми основани върху историческото и културното наследство, изкуствата, гастрономията, филмите и музиката, както и туризмът, основан на творческите индустрии (Richards, 2018). Културният туризъм се насочва все повече към езиковия туризъм и търсенето на културен опит въз основа на начина на живот и навиците на посещаваните места (Noonan, D.S., Rizzo, I., 2017). Тази диверсификация на културния туризъм представлява интересно предизвикателство по отношение на определянето на „културен турист“ и измерването на въздействието на културния туризъм. Допълнителните предизвикателства произтичат от променящите се модели на мобилност. Тъй като хората все повече споделят живота си между

няколко места и прекарват продължителни периоди от време извън страната си на произход, ролите на „местни“ и „туристи“ става все по-трудно.

Възможност за популяризиране на новите форми културно-историческия туризъм се търси чрез новосъздаденият онлайн Регистър за туристически атракции (http://tourism.egov.bg/registers/TARegister.aspx) от Министерството на туризма. В него са представени 3300 културно-исторически обекта в цялата страна. С цел популяризиране на културата в България са проектирани културно-исторически маршрути, предоставящи възможности за запознаване с голяма част от културното наследство на страната ни.



Фигура 1. Културно-исторически дестинации
Източник: Министерство на туризма,
https://www.tourism.government.bg/bg/pages/kulturno-istoricheski-destinacii

Министерството е разработило 8 културно-исторически дестинации, които обхващат територията на цялата страна, обобщавайки над 150 културни обекта в повече от 70 места в България (фиг. 1).

Всички обекти, включени в картата на културно-историческите дестинации са представени с детайлна и полезна информация както за туроператорите, които планират пакетните си продукти и маршрути, така и за туристите сами планиращи своите пътувания.

Събитията са важен генератор за предприемане на пътувания към дадена дестинация. Ролите и въздействието на планираните събития в рамките на туризма имат все по-голямо значение за конкурентоспособността на дестинациите. Управлението на събития е бързо развиваща се част в управлението на дестинацията, а туристите представляват потенциален пазар за

планирани събития и туристическата индустрия се превръща в жизненоважен участник в успеха на събитията и привлекателността на дестинацията, независимо че не всички събития са ориентирани към туризма, те се определят като туристическа атракция, във връзка с която публични институции, организатори, спонсори, туристически организации, предприятия и потребители се обединяват, за да реализират уникално събитие, което създава стойност. Събитията могат да се различават като планиране, ограничение във времето, условията, участниците и системата за управление, но се характеризират със своите структурни елементи и програма.

Като една от новите форми туризъм, „събитийният туризъм“ представлява един от най-бързо развиващите се сектори на целия туристически отрасъл. Свързаните с определени събития пътувания са изключително популярни и са резултат от повишения интерес на хората. Този вид туризъм е насочен към хора с интерес към преживяване на съществени прояви, сред които спортни дейности, карнавали, фестивали.

Събитийният туризъм е резултат от сложната дейност по организиране и провеждане на събития, чрез който се удовлетворяват комплексни туристически потребности и спомага за обогатяване на продуктовото портфолио и развитието на туристическата дестинация. Спецификата на неговия продукт и определящата роля на предпочитанията, потребностите и целите на посетителите са предпоставка за разграничаването на неговите разновидности преди всичко според мотивите за посещение на събитието на културен, спортен, делови.

Една част от организираните събития, които привличат туристи са все по-поляризиращите се фестивали и културни дейности, които целят засилване на регионалното икономическо развитие. Фестивалите предлагат възможности за устойчиво развитие, тъй като секторът се основава на творчеството на местни художници и предприемачи, генерирайки по-високи нива на местна добавена стойност. Концепцията за фестивали и събития помага за поддържане и подобряване на местната икономика като води до появата на нови форми на социално и културно взаимодействие и до появата на нови форми туризъм. Фестивалите често предоставят уникално образователно изживяване на туристите, като предоставят на посетителите възможност да се докоснат до културата и наследството от първа ръка.

Потенциал за развитие на фестивалният туризъм има и в селските райони, които се характеризират с благоприятни природни ресурси и климатични условия. Те са важна предпоставка за развитието на многостранни икономически дейности: земеделие, горско стопанство, промишленост, туризъм и др. Развитието основно на хранително-вкусовата промишленост, особено когато става въпрос за малки и средни предприятия, вече зависи от туристическия сектор в такива селски райони, които предлагат туристически дейности. Наблюдава се процес на възстановяване на важни стратегически подсектори като лозарство, отглеждане на многогодишни култури -

особено ягоди и малини, рози, мента, лавандула, както и развитие на селското стопанство и пчеларството.

Основната задача на общинските администрации е да насърчават развитието на фестивалите и събитията за привличане на туристи, особено в компактните селища, населени със селски общности със запазени силни традиции и идентичност, които заедно с развиващата се социална инфраструктура, представляват интерес не само за чужденци, но и за самите българи, които търсят не само чистия въздух, спокойствието, близостта до водоеми и минерални извори, планини и гори, но и автентичната архитектура, досега с местните традиции, възможностите за спорт и дейности на открито. Типични примери за това са селата и малките градове, които привличат туристи като Триград, Момчиловци, Арбанаси, Рибарица, Вонеща вода, Шипково, Чепеларе и др.

Фестивалният туризъм е сред най-бързо развиващите се съвременни форми туризъм. Заедно със специалните събития, той се фокусира върху междукултурния обем в международен, национален и местен мащаб. В своето разнообразие се ангажират както художници, така и посетители като участници, споделящи специфичните културни възприятия, произтичащи от историята и традицията, кухнята и напитките, музиката и танците. Независимо от това, от огромно значение е да се провокират екзистенциални нагласи и уникални и запомнящи се преживявания.

Несъмнено в световен мащаб фестивалите и специалните местни събития се използват като ключови елементи в стратегиите за регионално развитие. Освен това те са широко признати, като даващи важен принос за икономическото развитие на местните райони, тъй като предоставят възможности за насърчаване на туризма, увеличаване на продажбите на местните търговци и увеличаване на входящите инвестиции в приемащите региони и допринасят за удължаването на туристическия сезон.

Възползвайки се от културната идентичност на местните общности и в крак със световните тенденции и нарастващия интерес към творческия туризъм, България има потенциал да се популяризира чрез богатото си културно разнообразие чрез организираните над 600 музикални, фолклорни и културни събития, които се провеждат през цялата година. Информация за всички събития има в Регистъра на Министерството на туризма (http://tourism.egov.bg/registers/TARegister.aspx).

Представените иновативни форми на културно-историческия туризъм дават възможност да се предложат преживявания на туристите, които независимо дали ги въвличат активно или пасивно като участници в културно-историческите прояви им осигуряват необикновени приключения и преживявания. Тези нови форми поставят нови предизвикателства пред всички нива на управление в дестинацията. Местната власт и бизнеса са изправени пред необходимостта от създаване на нови продукти, характерни за тяхната дестинация, превръщайки ги в цел за пътуване.

Иновациите в туристическата индустрия включват всички аспекти на формиране и развитие на творчески идеи или подобряване на туристическите услуги, водещи до по-висока удовлетвореност на туристите, по-ефективни управленски стратегии, по-високи печалби и по-ниски разходи като крайни резултати. Така иновациите в туризма са свързани с творчески концепции за по-лесно решаване на проблеми, операции и методи за добавяне на стойност и прилагане на по-ефективни или уникални подходи в производството и реализацията на туристическият продукт.

От представеното дотук може да се заключи, че ограниченията за пътуване дадоха възможност да се развият алтернативи в предлагането на нови видове туризъм, които имат потенциал да се доразвият и популяризират, с което ще подпомогнат общностите и бизнеса, предоставяйки възможност не само на чуждестранните туристи да се докоснат до нашата идентичност, но и на българските туристи да преоткрият България като туристическа дестинация.

В ситуация като настоящата една част от бизнеса ще се насочи към оптимизиране на дейността и покриване на изискванията за безопасност на средата посрещаща туристите, друга ще се ориентира към предлагане на нови продукти, които ще направят пътуването в бъдеще защитено от COVID и други вируси, трети ще се ориентират към развиването на по-устойчиви видове туризъм, които да възстановят и опазят местните общности и среда.

Литература:

Noonan, D.S., Rizzo, I. (2017). Economics of cultural tourism: Issues and perspectives. *J. Cult. Econ., 41*, стр. 95-107.

Penerliev, M. (2017, Ano V, número 10). Alternative tourism in Bulgaria – general characteristics. *Espaço e Economia*, стр. https://journals.openedition.org/espacoeconomia/2921.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *J. Hosp. Tour. Manag. 36*, стр. 12-21.

Tourism and Culture. (24 юли 2020 г.). Извлечено от UNWTO: https://www.unwto.org/tourism-and-culture

Министерство на туризма. (март 2019 г.). *Статистически данни за международен туризъм в България за 2019 г.* Извлечено от Министерство на туризма: https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-2019

Министерство на туризма. (март 2020 г.). *Статистически данни за международен туризъм в България за 2020 г.* Извлечено от Министерство на туризма: https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-za-mezhdunaroden-turizum-v-bulgariya-za-2020-g

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