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

ЗДРАВНИЯТ ТУРИЗЪМ – ЕЛЕМЕНТ НА ПРОДУКТОВИЯ ПОРТФЕЙЛ НА ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ

Д-р Кристина Георгиева
СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Резюме: *Здравният туризъм е сред най-бързо развиващите се специализирани форми на туризъм не само в Европа, но и в света. Преди 2020 г. този туристически сектор беше включен към продуктовата специализация на страната в областта на туризма, представена в Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България. Практическият интерес от страна и на местните, и на чуждестранните туристи към подобни туристически продукти в България обаче бе по-скоро ограничен, а голяма част от туристическите пакети бяха предназначени за по-платежоспособните от тях. Текущата здравна ситуация предлага възможността да се актуализира и усъвършенства продуктовия портфейл на туристическа дестинация България, като се приложат иновационни за нашия здравен туризъм решения с цел заемане на разширилата се пазарна ниша и подобряване на позициите на страната на все по-конкурентния международен туристически пазар. Целта на настоящата разработка е да потвърди значимостта на здравния туризъм като елемент на продуктовия портфейл на дестинация България при настоящите пазарни условия.*

Ключови думи: *здравен туризъм, туристическа дестинация България, специализиран туризъм, продуктов портфейл, туристически пазар*

JEL: *Z32, Z33, Z38*

HEALTH TOURISM – DESTINATION BULGARIA PRODUCT PORTFOLIO ELEMENT

Kristina Georgieva, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics

Abstract: *Health tourism is among the fastest-growing specialized forms of tourism not only in Europe but also in the world. This tourism sector was included in the product specialization of the country in the field of tourism before 2020, presented in the National Strategy for Sustainable Tourism Development in Bulgaria. However, the practical interest of both local and foreign tourists in such tourism products in Bulgaria was to a certain degree limited, and a large part of the tourist packages was for the more affluent ones. The current health situation offers the opportunity to update and improve the product portfolio of the tourism destination Bulgaria, applying innovative solutions for our health tourism to occupy the expanded market niche and improve the country's position in the increasingly competitive international tourism market. This study aims to confirm the importance of health tourism as an element of the product portfolio of destination Bulgaria in the current market conditions.*

Key words: *health tourism, tourism destination Bulgaria, specialised tourism, product portfolio, tourism market*

JEL: *Z32, Z33, Z38*

Въведение

Здравният туризъм като проявление на алтернативния туризъм обхваща онези видове туризъм, в чиято основа е залегнал принципът за подобряване на физическото, психическото и/или духовното здраве чрез медицински и уелнес дейности, които увеличават способността на туристите да задоволяват собствените си нужди и да функционират по-добре като индивиди в заобикалящата ги среда и обществото. Здравният туризъм може да има профилактичен, възстановителен и лечебен ефект. По тази причина той е сред най-бързо развиващите се специализирани форми на туризъм не само в Европа, но и в света. Както вече утвърдили се, така и нововъзникващи дестинации все по-често се ориентират към развитие на този туристически сегмент, в стремежа си да предложат различен туристически продукт, да увеличат приходите или да се справят със сезонността.

Преди 2020 г. здравният туризъм беше включен към продуктовата специализация на страната, представена в Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България. Подчертана е възможността за ускорено диверсифициране на туристическия продукт и повишаване на неговото качество и конкурентоспособност чрез развитие на отделните форми на здравен туризъм (спа, балнео, уелнес и медицински туризъм). Практическият интерес от страна и на местните, и на чуждестранните туристи към подобни туристически продукти в България обаче бе по-скоро ограничен, а голяма част от туристическите пакети бяха предназначени за по-платежоспособните от тях.

Текущата здравна ситуация предлага възможността да се актуализира и усъвършенства продуктовия портфейл на туристическа дестинация България, като се приложат иновационни за нашия здравен туризъм решения с цел заемане на разширилата се пазарна ниша и подобряване на позициите на страната на все по-конкурентния международен туристически пазар. Пандемията от последните 2 години промени значително поведението на туристите при закупуването на туристически продукт. Като основен фактор за техния избор се утвърди качеството и безопасността на здравните грижи, които им се предлагат по време на туристическото пътуване. Същевременно нарасна и делът на онези, които предпочитат да съчетаят отдиха със специализирани рекреативни дейности.

Целта на настоящата разработка е да потвърди значимостта на здравния туризъм като елемент на продуктовия портфейл на дестинация България при настоящите пазарни условия. Обект на изследването е здравният туризъм в страната, а негов предмет – утвърждаването на здравния туризъм като значим елемент от продуктовия портфейл на дестинация България.

Състояние на здравния туризъм в България до 2020 г.

България е известна в туристически план за професионалистите от този сектор с разнообразието си от ресурси, които съотнесени към четирите годишни времена, характерни за територията ѝ, я превръщат в една интерес-

на съвкупност от многообразни микродестинации. Независимо от това обаче страната е предимно популярна сред туристите като лятна морска дестинация за масов туризъм. Въпреки усилията за позициониране и повишаване конкурентоспособността на България като страна, предлагаща специализиран туризъм, вкл. здравен, до приемането на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма (Министерство на туризма, 2017) тя остава слабо разпознаваема като такава дестинация. Разработването на маршрути с балнео и спа дестинации, както и учредяването на организации за управление на туристическите райони, се оказа с чисто формален характер без значимо приложение в туристическия бизнес.

Продуктът на здравния туризъм в България се очертава като привлекателен за по-възрастните гости (тези на възраст над 50 г.), които избягват масовите дестинации дори през летните месеци. От гледна точка на концепцията за жизнения цикъл на продукта, този специализиран продукт не е разгърнал напълно потенциала си и се намира във фазата на растеж (Експлика – Глобал Метрикс ДЗЗД, 2019, стр. 5). Съществува известен интерес към тази продуктова линия, без пазарът да бъде пренаситен, и по тази причина усилено се инвестира в изграждането на подходяща инфраструктура, позиционирането на туристическата дестинация и внасянето на промени в ширината и дълбочината на продуктовия асортимент.

Потенциалът на здравния туризъм в България е обусловен до голяма степен от челната позиция на страната по богатство и разнообразие на хидротермални води. Единствено Исландия я изпреварва по отношение на съществуващи, развити и регистрирани (сертифицирани) ресурси на минерална вода (Министерство на туризма, 2017, стр. 56). Използването им като специфичен ресурс, който отличава дестинацията от преките ѝ конкуренти, дава възможност за утвърждаване на страна като дестинация, предлагаща отлични условия за развитие на здравен туризъм (Тодорова, 2018, стр. 23). Въпреки възможността чрез тези води да бъдат третирани над 90% от най-масовите заболявания, лекувани и заплащани по клинични пътеки от европейските здравни каси, по-малко от 0.5% от тях се използват за балнеолечение. Заради съществуващата нормативна уредба, тромавите административни процедури, слабо развитите супер- и инфраструктура и други, потенциалът на здравния туризъм в частта му, свързана с националните водни ресурси, остава слабо реализиран.

Освен богатството от минерални и термални води, туристическата дестинация разполага и с 19 балнеолечебни курорта от национално значение и 35 – от местно значение. Освен тях има обособени и 34 климатичните морски курорти, в някои от които също има отлични условия за развитие на здравен туризъм (Министерство на туризма, 2017, стр. 23). В много от тях обаче инфраструктурата не отговаря на съвременните стандарти за качество и на очакванията на туристите. Освен това туристическият продукт не се представя по-достатъчно атрактивен начин и не се прилагат иновации при оползотворяване възможностите на дестинацията.

Изградената суперструктура в страната е неравномерно разпределена по територията ѝ, което от части се дължи на неравномерното разпределение на туристическите ресурси, но също така и на тяхното усвояване в различна степен (Василева & Сабриева, 2018, стр. 420). Някои от дестинациите за здравен туризъм са презастроени поради опити за превръщането им в места за масов туризъм, докато при други се забелязва недостиг на релевантна материална база. Заедно с това транспортните връзки до здравните дестинации в България са малко на брой и недостатъчно удобни за туристите.

Не на последно е налице и недостиг на квалифициран персонал с добра професионална подготовка за предоставяне на здравни услуги (медицински специалисти, рехабилитатори, физиотерапевти). Въпреки че в страната ежегодно се обучават не малък за мащабите ѝ брой кадри в тези професионални направления, определена част от тях предпочитат да работят извън България или в други икономически отрасли поради по-доброто заплащане там. Известен напредък в тази посока е постигнат чрез стипендиантската програма „Здраве чрез СПА“ на фондация „Св. Св. Константин и Елена“ и „Св. Св. Константин и Елена холдинг“ АД (Драганов, 2016, стр. 275-276). Благодарение на нея се подпомага висшето образование на студенти – отличници, които са избрали професията на медицински специалисти, работещи в сферата на алтернативните форми за подобряване на човешкото здраве. Подобни инициативи обаче имат твърде ограничен ефект.

Развитие на здравния туризъм като част от националния туристически продуктов портфейл в COVID и пост-COVID условия

Само допреди 2 години в съответствие с непрекъснатото разширяване на световния туризъм, все повече хора съчетаваха пътуванията си с грижа за физическото и душевното си здраве. Подобни туристически продукти, макар и по-ограничено предлагани, бяха на все по-ниски цени, физически по-достъпни и все по-разнообразни. Настъпилата световна пандемия в резултат на COVID-19 внесе сериозни изменения в начина, по който се осъществяват пътуванията и туристическия бизнес, особено в частта им отнасяща се до здравния туризъм.

Както в световен, така и в национален план преобладаваща част от туристите, закупуващи продукти на здравен туризъм са хора на възраст над 50 г., които вече имат проявени здравословни проблеми. Създаването на здравословна и безопасна среда в туристическите обекти за тази уязвима група е от особено значение. За много от тях съществува още по-голяма потребност от полагане на допълнителни грижи за физическото им състояние в резултат на преболедуване на COVID-19 или превенцията му. За други срещата с коронавируса по време на почивката не само няма да позволи да се постигне основната ѝ цел, но може да породи и нови здравословни проблеми или дори да има фатален изход.

Ограниченият досег до това заболяване е значим фактор при избора на здравен туристически продукт. Практиката утвърди 2 основни способа за ограничаване разпространението на вируса – масово тестване или ваксинация. В първия случай направените тестове в България са сравнително малко на средноевропейска база и те се прилагат предимно при проявени симптоми на заболяването или задгранично пътуване (Министерство на здравеопазването, 2021). Съгласно действащото законодателство в страната (Александров, 2020) работодателите не са задължени да тестват персонала за коронавирус независимо от вида на тяхната дейност. Преди да пристъпят към такива действия обаче, те следва да извършат предварителен анализ, чрез който да се констатира, че действително е необходимо провеждането на подобно тестване. Това значително усложнява процеса и в съчетание с необходимостта от финансово обезпечаване на процеса и вероятното нежелание от страна на част от служителите, едно такова мероприятие е неприложимо за българската действителност.

Вторият случай, при който се поставят ваксини на служителите, също не е ефективна мярка на този етап в България. Страната ни е на последно място в Европа по дял на завършен ваксинационен цикъл на населението (Statista, 2021). Поради редица причини преобладаващата част от хората предпочитат да не си поставят ваксина, което до голяма степен затруднява мениджърите на туристическите предприятия при обезпечаването им с човешки ресурси и гарантирането в максимална степен на здравословни и безопасни условия за туристите. Дилемата „тестове/ваксини“, пред която е изправено ръководството на туристическите предприятия и по-специално здравните такива, вероятно в близко бъдеще ще намери отражение в по-високи цени, поради необходимостта от възприемане на т. нар. „намален“ капацитет на туристическите обекти като новия „пълен“ капацитет и увеличените разходи за персонал, който трябва да отговаря на новите здравни изисквания към него.

Бързото технологично развитие и изобретения също оказват влияние върху пътуванията със здравни цели. Например, някои бързи неинвазивни или минимално инвазивни медицински технологии намират своето ново приложение в козметични и оздравителни процедури. Световните технологични компании натрупаха опит в последно време в областта на здравните технологии и вече могат да подпомогнат за развитието на медицинския туризъм на местно ниво. Българските технологични компании също имат принос не само за навлизането на съвременните технологии в здравния туризъм, но и в целия бранш като цяло. Благодарение на една от тях е разработена нова технология за минимизиране на докосването до повърхности, чрез която в хотелите може да се ограничи риска от предаване и на други вирусни инфекции освен COVID-19. Технологията е интегрирана във VKEE (TechNews.bg , 2020) – персонален ключ, който гостите на хотела използват, за да отключват стаята си и да боравят с всички елементи в помещението без непосредствен физически контакт. Естествено продължение на концепцията за

персоналния ключ е системата за дезинфекциране с UV-C лъчи при чекиране, а в хотелските стаи могат да се разположат кутии, които служат за дезинфекциране на всякакви вещи – ключове, смартфон, и други Допълнение към VKEE е и пречистващата система за въздух с използване на UV-C лъчи.

Засиленият интерес към здравен туризъм предполага прецизно териториално-устройствено планиране на туристическите съоръжения. Необходимо е да се прекрати характерната за масовия морски туризъм практика на застрояване на крайбрежните територии и да се обърне внимание на вътрешността на страната (Василева & Сабриева, 2018). Следва да се изградят модерни и функционални места за настаняване и здравни грижи, които обаче да предизвикват претоварване на поемния капацитет на дестинацията и да гарантират устойчивост. Важно е да се поддържат в отлично състояние вече и съществуващите такива, като се полагат непрекъснати грижи за подобряване на тяхното качество и преустройството им за хора с двигателни затруднения. Сред възможните дейности са реконструкция и обновяване на паркове, зелени площи и зони за отдих; изграждане на еко-инфраструктура; изграждане на спортно–туристически, възстановителни и рехабилитационни центрове; създаване на мрежа от маршрути за пешеходен и велотуризъм. Само чрез изграждане на разнообразни и относително равномерно разпределени нови и иновативни туристически съоръжения и атракции може да се очаква да се подобри привлекателността и конкурентоспособността на България като туристическа дестинация, както и да се повишат приходите и ефективността в този туристически бранш.

Тенденцията от последните години потвърждава, че населението в западните страни, както и в страните от Далечния изток, е изправено пред бързо застаряване. Данните на този етап обаче показват, че половината от населението на света е на възраст под 30 години, т.е. делът на младите хора е достатъчно голям и те представляват потенциален пазарен сегмент за търговците на здравни туристически продукти, ако се използва адекватно позициониране. Много от тях обръщат все по-сериозно внимание на здравето си, като предприемат процедури за превенция на здравословни проблеми и водят уелнес начин на живот. Тези уелнес пътешественици проявяват силен интерес към пълния спектър от обекти за здравен туризъм – от хотели със спа центрове до уелнес хотели, от минерални басейни до специализирани болници и клиники (World Tourism Organization (UNWTO) and European Travel Commission (ETC), 2018, p. 11). Отчитайки този интерес, все повече предприемачи в туризма променят продуктовия си портфейл като започват да предлагат здравни и уелнес услуги, стартират брандове, адаптирани към новата тенденция на търсене. Тази тенденция се забелязва и в България, макар и в по-малка степен. Вече съществуват посредници предлагащи единствено такъв тип туристически продукт, включително специализирани пост-Covid пакети (i-Health, 2021), а междувременно страната попада и в топ 5 на световните дестинации за медицински туризъм (Healthcare global, 2021).

През последните години концепцията за „социален“ туризъм бе оставена на заден план, но благодарение на широкото разпространение на коронавируса вниманието към нея отново се увеличи. Социалният туризъм е тясно свързан със здравния (Божинова & Павлов, 2017, стр. 63). В някои страни държавата все още субсидира вътрешен или дори международен здравен туризъм. Основните предпоставки за развитието на социален здравен или по-скоро медицински туризъм са липсата на застраховки и услуги в родината на пациентите/туристите, по-ниски разходи в приемащата дестинация, по-качествени медицински грижи, процедури, които не са налични в изпращащата страна и по-кратки периоди на изчакване достъпа до съответните услуги. Основните държави вносители, от които идват туристите, са в Северна Америка и Западна Европа. Основните страни износители, т.е. от които предоставят услугите на медицински туристи) са разположени на всички континенти, включително Латинска Америка, Източна Европа, Африка и Азия (World Tourism Organization (UNWTO) and European Travel Commission (ETC), 2018, p. 12). Страните и/или болниците обикновено са специализирани в определени процедури. Ярък пример в това отношение е възможността от 2020 г. немски туристи да се възползват от балнеолечебни процедури в България, които се заплащат от немските здравни каси. Благодарение на действията на Българския съюз по балнеология и СПА туризъм (БСБСПА) и Германо-Българска индустриално-търговска камара дестинацията е част от списъка на Германската национална асоциация на здравноосигурителните каси с държави, в които се признава предоставянето на медицински амбулаторни услуги (БСБСПА, 2021).

Заключение

Здравният туризъм със сигурност е една от най-бързо развиващите се форми на туризъм към настоящия момент. В България той може да се използва за справяне със сезонността в сектора, тъй като необходимите ресурси не са тясно зависими от сезонните промени в климата спрямо други видове туризъм. Междувременно устойчивостта и отговорността се превърнаха в ключови критерии за него, тъй като по своята същност здравният туризъм е силно зависим от природните ресурси. Тази специализирана форма на туризъм пряко кореспондира и с идеята за социалното му значение, а това е въпрос от съществена важност в заобикалящата ни COVID действителност. Технологичният напредък вероятно ще създаде нови решения и възможности за развитието на здравния туризъм и гарантирането на безопасен туристически престой. Постигането на баланс между опазването на природното богатство, приспособяването му към съвременните нужди на сектора и позиционирането в съзнанието на потенциалните туристи е ключът към умелото развитие на здравния туризъм като елемент на продуктовия портфейл на туристическа дестинация България.

Литература

1. Александров, А. (30 октомври 2020 г.). *COVID-19 и трудовите отношения* . Извлечено от Адвокатско дружество „Камбуров и съдружници“ : https://www.kambourov.biz/bg/publications/covid-19-and-employment-relations-in-bulgaria-update
2. Божинова, М., & Павлов, П. (2017). *Организация на алтернативния туризъм.* Свищов: АИ „Ценов“.
3. БСБСПА. (2021). *БСБСПА: Новини*. Извлечено от БСБСПА: https://www.bubspa.org/bg/news
4. Василева, В., & Сабриева, С. (2018). Съвременни специфики в развитието на туристическата инфраструктура и суперструктура в България и насоки за подобряване. *Международна научна конференция „Туризмът и иновациите“* (стр. 415-427). Варна: „Наука и икономика“.
5. Драганов, Р. (2016). Иновативни практики за отговорен спа туризъм. *Международна научна конференция „Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания“* (стр. 272-278). Свищов: АИ „Ценов“.
6. Експлика – Глобал Метрикс ДЗЗД. (9 септември 2019 г.). *Здравен туризъм: План за развитие за периода 2020-2025 г.* Извлечено от Министерство на туризма: https://www.tourism.government.bg/sites/tourism. government.bg/files/ uploads/2019_gg/proekt_na_plan_-_zdraven_turizam.pdf
7. Министерство на здравеопазването. (28 юли 2021 г.). *Често задавани въпроси относно въведените противоепидемични мерки*. Извлечено от Министерство на здравеопазването: https://www.mh.government.bg/bg/ informaciya-za-grazhdani/chesto-zadavani-vprosi-otnosno-vvedenite-protivoepidemichni-merk/
8. Министерство на туризма. (2017). *Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014-2030 г. Актуализирана версия (2017 г.).* Извлечено от Министерство на туризма: https://www.tourism. government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/ aktualizirana-nacionalna-strategiya-za-ustoychivo-razvitie-na
9. Тодорова, Л. (2018). Възможности за повишаване привлекателността на туристическа дестинация България. *Диалог*, 11-22.
10. i-Health. (9 август 2021 г.). *Здравен туризъм*. Извлечено от i-Health: https://i-health.bg/health-tourism-bg/
11. Healthcare global. (2021, april 20). *Top 5 Countries For Medical Tourism*. Retrieved from Healthcare global: https://healthcareglobal.com/hospitals/top-5-countries-medical-tourism
12. Statista. (2021, August 25). *Number of COVID-19 vaccination doses administered in Europe*. Retrieved from Statista: https://www.statista. com/statistics/1196071/covid-19-vaccination-rate-in-europe-by-country/
13. TechNews.bg . (23 юни 2020 г.). *Иновативен ключ минимизира докосването на повърхности*. Извлечено от TechNews.bg : https://technews.bg/article-125804.html
14. World Tourism Organization (UNWTO) and European Travel Commission (ETC). (2018). *Exploring Health Tourism - Executive Summary.* Retrieved from UNWTO: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420308