



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ” – Свищов
Факултет „Производствен и търговски бизнес“
Катедра „Икономика и управление на туризма”

Симеон Венциславов Симеонов

Състояние и развитие на кулинарния туризъм в България

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертация

за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна
специалност „Икономика и управление (Туризм)“

Научен ръководител:

Доц. д-р Петя Иванова

гр. Свищов

2025 г.

Дисертационният труд е обсъден и предложен за защита по реда на Закона за развитие на академичния състав в Република България и Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в СА „Д. А. Ценов“ от катедра „Икономика и управление на туризма“ при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов.

Авторът е докторант в задочна форма на обучение към катедра „Икономика и управление на туризма“ при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов.

Дисертационният труд е с общ обем от 225 страници и е структуриран в: увод (3 стр.), основен текст от три глави (206 стр.), заключение (3 стр.) и използвани източници (5 стр.). Представена е декларация за оригиналност и автентичност (1 стр.). Към дисертационния труд е изготвено 1 приложение (7 стр.). Информацията в дисертацията е визуализирана в 31 фигури и 16 таблици. Списъкът на използваната литература се състои от 108 източника, от които 37 – на кирилица и 71 – на латиница.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на2025 г., от ч., в заседателната зала на Ректората при Стопанска академия „Д. А. Ценов“, гр. Свищов.

Материалите по защитата са на разположение на интересувашите се в отдел „Докторантура и академично развитие“ при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов – <https://www.uni-svishtov.bg/bg>

СЪДЪРЖАНИЕ НА АВТОРЕФЕРАТА

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност и значимост на изследването
2. Обект и предмет на изследването
3. Цел и задачи на дисертационния труд
4. Изследователска теза
5. Методология на изследването
6. Ограничителни условия на изследването
7. Аprobация на дисертационното изследване

II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Увод

Първа глава. Преглед на теоретичните детерминанти на кулинарния туризъм

- 1.1. Кулинарният туризъм като специализиран вид туризъм
 - 1.1.1. Историческо развитие на кулинарния туризъм
 - 1.1.2. Същност и етимология на понятието „кулинарен туризъм“
 - 1.1.3. Традиционна концепция за същността и обхвата на кулинарния туристически продукт
- 1.2. Характеристики на търсенето на кулинарен туризъм
- 1.3. Иновативни подходи в кулинарния туризъм
 - 1.3.1. Иновативни начини за приготвяне на храна
 - 1.3.2. Иновативни начини за поднасяне на кулинарни изделия

Обобщения и изводи

Втора глава. Изследователски подход за установяване състоянието на кулинарния туризъм

- 2.1. Алгоритъм и модел за изследване на кулинарния туризъм в България
- 2.2. Фактори на макрообкръжаващата среда, влияещи върху развитието на кулинарния туризъм в България

- 2.3. Фактори на микросредата, влияещи върху развитието на кулинарния туризъм в България
- 2.4. Фактори, предопределящи удовлетвореността на туриста от кулинарен туризъм
- 2.5. Избор на критерии и показатели, в съответствие с разработения модел за измерване на факторите, влияещи върху развитието на кулинарния туризъм в България

Обобщения и изводи

Трета глава. Състояние и перспективи пред развитие на кулинарния туризъм в България

- 3.1. Анализ и оценка на резултатите от емпиричното изследване
- 3.2. Тенденции на световния пазар и насоки за управление на дестинация за кулинарен туризъм
- 3.3. Стратегически модел и препоръки за развитие на кулинарния туризъм в България

Обобщения и изводи

Заклучение

Използвани източници

Декларация за оригиналност

Приложения

III. СИНТЕЗИРАНО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

IV. СПРАВКА НА ОСНОВНИТЕ ПРИНОСНИ МОМЕНТИ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

V. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

VI. СПРАВКА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА МИНИМАЛНИТЕ НАЦИОНАЛНИ ИЗИСКВАНИЯ ВЪВ ВРЪЗКА С ПРОЦЕДУРА ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ОНС „ДОКТОР“

VII. СПИСЪК НА УЧАСТИЯТА В НАЦИОНАЛНИ И МЕЖДУНАРОДНИ НАУЧНИ КОНФЕРЕНЦИИ И ФОРУМИ

VIII. ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност и значимост на изследването

Кулинарният туризъм се утвърждава като иновативен и значим сегмент от съвременната туристическа индустрия, който съчетава кулинарното изживяване с културната идентичност на дестинацията. В условията на глобална конкуренция между туристическите пазари и непрекъснато променящите се потребителски нагласи, необходимостта от търсене на устойчиви и автентични форми на туризъм се засилва. В този контекст кулинарният туризъм се очертава като ефективен инструмент за диференциация на туристическото предлагане, създаване на добавена стойност и стимулиране на местната икономика чрез насърчаване на производството и консумацията на традиционни продукти.

Актуалността на темата е пряко свързана с глобалната тенденция към търсене на преживявания, които надхвърлят стандартното потребление на туристическите услуги. Съвременният турист търси смислено, емоционално и културно обогатяващо преживяване, което да го свърже с идентичността и традициите на посетеното място. Кулинарията, като автентичен културен израз, има силата да въздейства върху възприятието за дестинацията, създавайки уникални и запомнящи се впечатления. Именно това превръща гастрономическите практики в централен елемент на новата туристическа култура.

В тази връзка, научният интерес към кулинарният туризъм нараства както в международен, така и в национален мащаб. Сред водещите автори, работили по проблематиката в световен контекст, се открояват имената на Bessiere, J., Hall, C. M., & Sharples, L., McKercher, B., Mason, R., & O'Mahony, B., които изследват връзките между кулинарията, културната идентичност и туристическото преживяване. В българската научна литература, кулинарният туризъм също заема все по-важно място благодарение на изследванията на проф. д-р Т. Дъбева, проф. д-р М. Божинова,

проф. д-р Ст. Маринов, доц. Г. Рафаилова и др., които допринасят за изграждането на теоретична основа и модели за неговото развитие в страната.

България разполага с богато кулинарно наследство, отличаващо се с регионално разнообразие, традиционни рецепти и устойчиви аграрни практики. Този ресурсен потенциал обаче остава до голяма степен неразработен и слабо интегриран в туристическите политики и маркетинга. Липсата на национална стратегия за развитие на кулинарния туризъм, ограничената дигитализация, както и недостатъчното взаимодействие между местните производители, туристически оператори и публични институции, възпрепятстват превръщането на страната в разпознаваема и предпочитана гастрономическа дестинация.

Въз основа на тези предпоставки, настоящото изследване цели да изследва в дълбочина икономическите, социалните и културните измерения на кулинарния туризъм в България, както и факторите, които влияят върху неговото развитие. То предлага аналитична рамка за идентифициране на бариерите и възможностите пред сектора и допринася за изграждането на основа за стратегическо позициониране на страната като устойчива и конкурентоспособна кулинарна дестинация.

2. Обект и предмет на изследването

Обект на изследване в дисертационния труд е *кулинарният туризъм в България, разгледан в контекста на неговата роля за икономическото и социалното развитие на туристическия сектор. Предмет* на изследването са *факторите на средата и тези с въздействие върху удовлетвореността от практикуване на кулинарен туризъм в България.*

3. Цел и задачи на дисертационния труд

Цел на дисертационния труд е *да се извърши задълбочен анализ на състоянието на кулинарния туризъм в България, с акцент върху идентифициране на основните фактори, оказващи влияние върху неговото развитие, и формулиране на ефективни стратегически насоки за неговото устойчиво усъвършенстване.*

За постигане на тази цел са формулирани следните **изследователски задачи:**

Първо. *Да се направи теоретичен преглед на същността и развитието на кулинарния туризъм, като се изведат основните му характеристики и специфики.*

Второ. *Да се анализират търсенето и потребителските предпочитания в областта на кулинарния туризъм, като се акцентира върху мотивационните фактори и поведението на туристите.*

Трето. *Да се идентифицират иновативни подходи в предлагането на кулинарни услуги и продукти, които могат да повишат конкурентоспособността на България в този сектор.*

Четвърто. *Да се разработи модел за изследване състоянието и перспективите на кулинарния туризъм.*

Пето. *Да се предложат конкретни насоки и стратегически решения за развитие на кулинарния туризъм в България, с акцент върху устойчивостта и интеграцията му в националната туристическа политика.*

4. Изследователска теза на дисертационния труд

В настоящия дисертационен труд се защитава следната изследователска теза: ***Подобряване на средата за развитие на кулинарен туризъм, наред със съобразяване с факторите, които формират удовлетвореността на кулинарния турист, са значима предпоставка за разкриване потенциала на кулинарния туризъм и неговото утвърждаване като атрактивен елемент от палитрата на предлагане на специализирани форми на туризъм в България.***

5. Методология на изследването

Изследването се основава на методологична рамка, която включва **съчетание** от количествени и качествени методи за анализ. Използвани са литературен обзор, анкетни проучвания, сравнителен анализ и експертни интервюта. Събраните данни са обработени чрез статистически методи, което позволява детайлен анализ на състоянието и перспективите пред кулинарния туризъм в България.

Настоящият дисертационен труд се основава на съчетание от количествени и качествени изследователски методи, с цел цялостно и систематизирано изследване на факторите, които обуславят развитието и конкурентоспособността на кулинарния туризъм в България. Методологичната рамка е съобразена както със спецификата на изследвания обект, така и с необходимостта от валидиране на предложената

изследователска теза, свързана с подобряване на средата в отговор на изискванията на туристите за утвърждаване на този специализиран туристически сегмент.

В процеса на изследването са проучени много различни литературни източници, обхващащи научни публикации, международни доклади, документи и добри практики, свързани с кулинарния туризъм и туризма като цяло в национален и международен контекст. Този обзор служи за формиране на теоретичната основа на изследването, дефиниране на ключовите понятия и очертаване на стратегическите насоки за развитие.

В рамките на емпиричната част от дисертационния труд е осъществено авторово анкетно проучване сред публичната власт, бизнеса в България, както и сред образователните институции в страната. Получените данни са обработени със статистически методи, което позволява извеждане на значими зависимости и тенденции.

Приложен е и сравнителен анализ между различни туристически райони в България, с акцент върху регионалните характеристики на кулинарното предлагане, нивото на развитие на инфраструктурата и степента на интегрираност на кулинарния туризъм в цялостния туристически продукт.

Комбинираното прилагане на тези методи осигурява необходимата аналитична дълбочина и надеждност на резултатите, като същевременно дава възможност за формулиране на практически насоки за устойчиво развитие на кулинарния туризъм в България. Получените емпирични данни и теоретични изводи формират основа за предлагане на ефективни стратегии за превръщане на страната в разпознаваема кулинарна дестинация с висока добавена стойност.

6. Ограничителни условия на изследването

Дисертационният труд се характеризира с научна и научно-приложна новост и полезност. Изследването на средата и елементите, формиращи удовлетвореността на туристите от практикуване на кулинарен туризъм в България, допринася за развитие на научното познание в тази област. Разработеният авторов модел позволява да се идентифицират значимите сфери, нуждаещи се от подобрене, за да се валоризират по най-добрия начин съществуващите и да се развият иновативни ресурси. В

резултат на изследването са предложени конкретни препоръки и са систематизирани насоки, които целят развитие на този вид туризъм в страната.

Основните ограничения, в рамките на настоящия дисертационен труд са свързани с неговия обхват:

Географски и времеви ограничения. Дисертацията се концентрира върху кулинарния туризъм в България и настоящия етап от неговото развитие в страната.

Ограничения, свързани с предмета на изследване. Поради широкия обхват на изследваната проблематика, фокусът на дисертационния труд е върху възможностите на средата за създаване на условия за развитие на кулинарен туризъм, в съответствие с туристическите очаквания и съвременните тенденции на пазара.

Стремежът на автора е с настоящото дисертационно изследване да допринесе за по-ефективното развитие и утвърждаване на кулинарния туризъм в България, като постави основите на бъдещи изследвания и стратегически инициативи в тази сфера.

7. Аprobация на научното изследване

Дисертационният труд е предмет на обсъждане и насочен за защита от катедра "Икономика и управление на туризма" при Стопанска академия „Д. А. Ценов” – гр. Свищов. В специализирани издания са публикувани 2 научни статии и 4 научни доклада, единият от които е съавторство.

Части от дисертационния труд са представени на общо 6 специализирани научни форума, включващи 2 докторантски научни сесии и 4 международни научни конференции.

II СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационният труд следва утвърдената структурна рамка и включва: увод, три основни глави, заключение, библиографски списък и приложения. В допълнение, е приложена декларация за оригиналност на изследването. Структурата на труда е представена, както следва:

Увод

Първа глава. Преглед на теоретичните детерминанти на кулинарния туризъм

1.1. Кулинарния туризъм като специализиран вид туризъм

1.1.1. Историческо развитие на кулинарния туризъм

1.1.2. Същност и етимология на понятието кулинарен туризъм

1.1.3. Традиционна концепция за същността и обхвата на кулинарния туристически продукт

1.2. Характеристики на търсенето на кулинарен туризъм

1.3. Иновативни подходи в кулинарния туризъм

1.3.1. Иновативни начини на приготвяне на храна

1.3.2. Иновативни начини на поднасяне на кулинарни изделия

Обобщения и изводи

Втора глава. Изследователски подход за установяване състоянието на кулинарния туризъм

2.1. Алгоритъм и модел за изследване на кулинарния туризъм в България

2.2. Фактори на макрообкръжаващата среда, влияещи върху развитието на кулинарен туризъм в България

2.3. Фактори на микросредата влияещи върху развитието на кулинарен туризъм в България

2.4. Фактори предопределящи удовлетвореността на туриста от кулинарен туризъм

2.5. Избор на критерии и показатели в съответствие с разработения модел за измерване на факторите влияещи върху развитието на кулинарния туризъм в България

Обобщения и изводи

Трета глава. Състояние и перспективи пред развитие на кулинарния туризъм в България

3.1. Анализ и оценка на резултатите от емпиричното изследване

3.2. Тенденции на световния пазар и насоки за управление на дестинация за кулинарен туризъм

3.3. Стратегически модел и препоръки за развитие на кулинарния туризъм в България

Обобщения и изводи

Заключение

Използвани източници

Декларация за оригиналност

Приложения

III СИНТЕЗИРАНО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

УВОД

Уводът на дисертационния труд представя и обосновава основните изследователски направления, свързани с развитието на кулинарния туризъм в България като специфична и нарастващо значима форма на специализиран туризъм. Обоснована е неговата актуалност в контекста на глобалните тенденции за търсене на автентични преживявания и съхраняване на културната идентичност, както и значението му за диверсификация на туристическото предлагане в страната. Изяснени са обектът и предметът на изследването, които се концентрират върху факторите, въздействащи върху средата за развитие и удовлетвореността на туристите, практикуващи кулинарен туризъм. Формулирана е основната изследователска теза, че подобряването на средата и съобразяването с потребителските нагласи е ключова предпоставка за утвърждаване на България като конкурентна кулинарна дестинация, както и целта на изследването. Конкретизирани са основните изследователски задачи и ограничителните рамки, касаещи географския и тематичен обхват на труда. Представена е използваната методология, която комбинира количествени и качествени методи.

ПЪРВА ГЛАВА. Преглед на теоретичните детерминанти на кулинарния туризъм

1.1. Кулинарният туризъм като специализиран вид туризъм

1.1.1. Историческо развитие на кулинарния туризъм

Настоящата част на дисертационния труд се фокусира върху създаването на българската народност и култура като дълъг и многопластов процес, формиран под влиянието на три основни етнически групи – траки, славяни и прабългари. Въпреки оскъдните исторически данни, съхранени чрез антични писмени източници и археологически находки, може да се проследят ключови елементи от техния бит и хранителни навици.

Траките са били умели земеделци и лозари, познавали са маслодайната продукция, пчеларството и приготвяли храни като квасен хляб, свинско и овче месо, риба и варива. Особено прочути са били с винопроизводството, което намира отражение в съвременния винен туризъм.

Славяните са били предимно земеделци и скотовъди, чието хранене включвало зърнени каши, зеленчуци и плодове, с предпочитание към риба и по-рядко месо.

Прабългарите се препитавали със скотовъдство, консумирали са основно месо, което обработвали чрез изпичане и сушене за съхранение. След заселването им на Балканите, под влияние на славяните, започват да развиват земеделие и постепенно обогатяват кулинарната си култура.

Взаимодействието между тези три етнически общности води до формирането на уникална традиционна кухня, която е жива и до днес.

При класифициране на периодите в развитието на кулинарното изкуство Я. Христова (Христова Я. , 2012), очертава пет етапа в този процес.

Първи етап: зачатъчно кулинарно изкуство – този етап обхваща времето до първото хилядолетие пр.н.е.

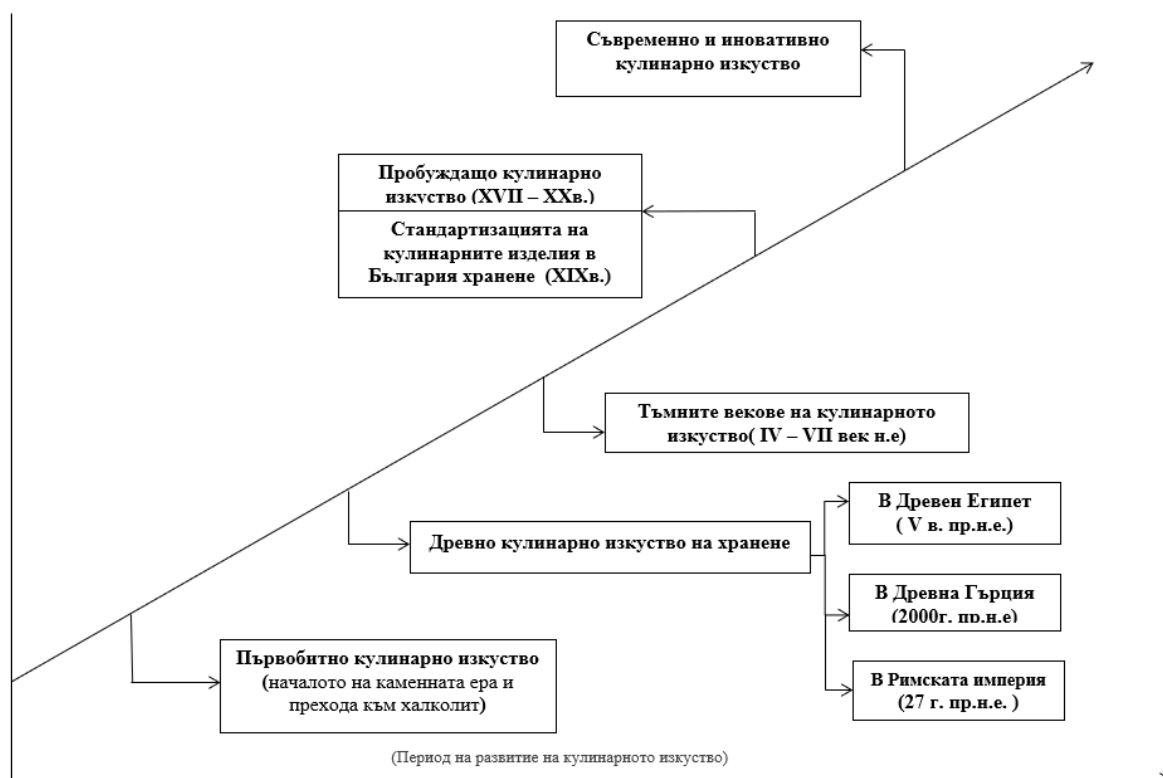
Втори етап: предкласическо кулинарно изкуство – този етап обхваща времето на Омир, Перикъл и разцвета на гръцката култура и продължава до края на Римската империя.

Трети етап: варварско кулинарно изкуство – този етап обхваща времето от Великото преселение на народите до средните векове.

Четвърти етап: класическо кулинарно изкуство – обхваща периода от средата на 17-ти до началото на 20-ти век.

Пети етап: научно културно изкуство – то се развива от втората половина на 20-ти век до днес.

Върху основата на представената периодизация и след анализирането и проучването на редица литературни източници и различни сведения можем да изведем следната преработена и разширена авторова периодизация в развитието на кулинарното изкуство. На фигура 1 е показано кулинарното изкуство и неговите етапи.



Фигура 1. Периоди на кулинарното изкуство

Историята на кулинарното изкуство преминава през няколко ключови етапа на развитие. Най-ранните примитивни опити за готвене датират още от каменната ера, когато хората започват да използват огъня за приготвяне на месо чрез загрети камъни

и зариване в жар. Постепенно кулинарните практики се усъвършенстват в цивилизациите на Древна Гърция, Египет и Рим, където храненето се свързва не само с оцеляване, но и с културни и социални норми. Гърците и римляните развиват кулинарни навици, включващи разнообразие от зърнени храни, маслини, риба и вино, докато египтяните съчетават хляб и бира със зеленчуци, птици и подправки. В т.нар. "тъмни векове", обхващащи периода на Великото преселение, се наблюдава упадък на кулинарната култура, като се търси количество пред качество.

С възраждането на европейските общества започва и „пробуждането“ на кулинарното изкуство – готвачите се стремят към по-естетично, вкусно и здравословно хранене. През XIX век Париж се утвърждава като столица на кулинарията, а науката за хранене и хигиена започва да се развива активно. Постепенно се оформят и национални кухни с ясно изразени характеристики – френска, английска, руска, гръцка. Кулинарните традиции се превръщат в културен маркер на идентичността на народите, като се предават и обогатяват през поколенията.

Тези процеси полагат основите на съвременната кулинария и влияят пряко върху развитието на кулинарния туризъм, превръщайки храненето в преживяване със социално, историческо и икономическо измерение.

1.1.2. Същност и етимология на понятието „кулинарен туризъм“

В тази част се акцентира върху понятието „кулинарен туризъм“, като се проследява неговото значение и произход. Разглежда се като специфична форма на специализиран туризъм, при която основен стимул за пътуване е стремежът към кулинарни изживявания чрез опитване на местни храни и напитки, свързани с културната идентичност на дестинацията. В литературата термините „гастрономически туризъм“, „гурме туризъм“ и „хранителен туризъм“ често се използват като синоними, въпреки някои контекстуални различия – например „гурме туризмът“ акцентира върху изискани ястия и висока кулинарна култура. Терминът „кулинарен туризъм“ се въвежда от Луси Лонг през 1998 г. и постепенно се утвърждава като самостоятелна форма на културен туризъм. В англоезичната литература „culinary tourism“ често се разглежда като подкатегория на „food tourism“, докато в българския научен дискурс понятието обобщава всички туристически

практики, фокусирани върху храната. Кулинарният туризъм има силна връзка с културната идентичност и нематериалното наследство, като същевременно се обвързва с агротуризма чрез зависимостта си от местното земеделие и производство на храни. Той се развива и като допълваща практика към други туристически форми, предлагайки преживявания, в които гастрономията се комбинира с посещения на забележителности и участие в местни обичаи. Все по-често туристите търсят възможности да опитат традиционни или иновативни храни в автентична обстановка, което превръща кулинарния туризъм във важен инструмент за регионално развитие и културна промоция.

Видовете туризъм, пряко свързани с кулинарния, са показани на фигура. 2



Фигура. 2 Връзка на кулинарния туризъм с другите видове туризъм

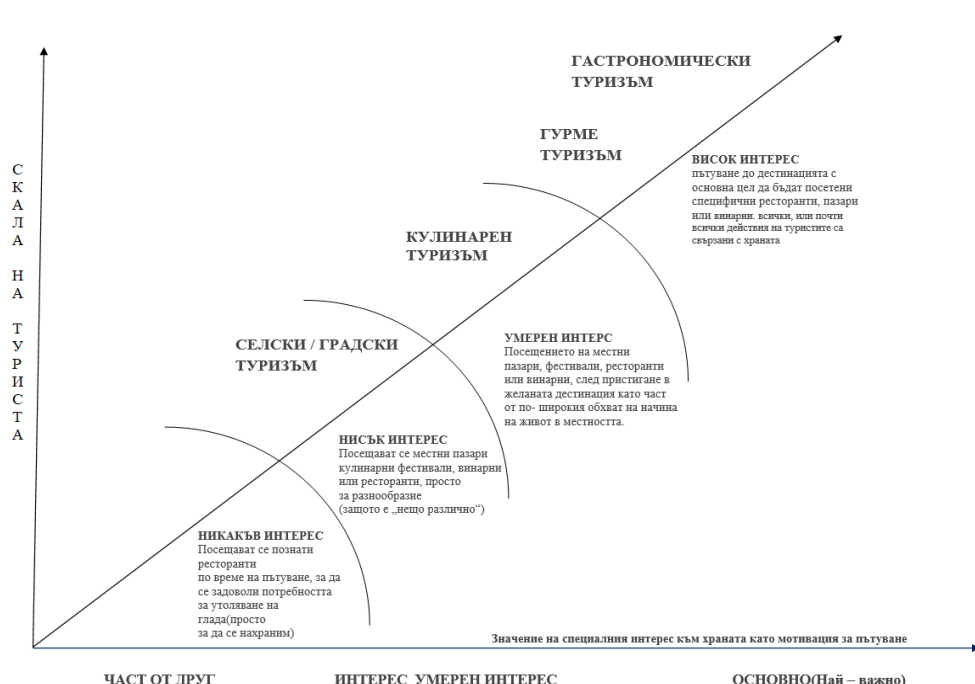
Кулинарният туризъм се разглежда като устойчива форма на туризъм, която ефективно използва природните, географските, социалните и икономическите ресурси на дестинацията (Божинова и др., 2018). Според *World Food Travel Association*, той представлява „акт на пътуване за вкус на място“, чрез който туристите търсят автентични и запомнящи се гастрономически преживявания. Тази форма на туризъм обединява широк спектър от кулинарни дейности – от дегустации и посещения на ресторанти до улична храна и местни пазари, като всяка от тях допринася за цялостното емоционално въздействие на пътуването. Hall и Sharples

(2003) подчертават, че гастрономията често играе централна роля при вземането на решение за пътуване, особено чрез събития като фестивали, демонстрации, курсове по готвене и фермерски пазари. Кулинарният туризъм съчетава сетивното удоволствие от храната с културна ангажираност, а според *Culinary Tourism Alliance* той обобщава стремежа към незабравими преживявания, свързани с вкусовете на мястото, което се посещава.

По подобен начин Иванова (Иванова П., 2016) посочва, че *кулинарният туризъм се отнася до пътуване, при което цел е изследване, запознаване, тестване на местни специалитети и продукти и добиване на кулинарни изживявания.*

Водещите автори Hall и Mitchell посочват, че всяко посещение в ресторанта, когато пътувате, не означава, че може да се разглежда като кулинарен туризъм, а желанието да опитате храната, ястието или кухнята трябва да бъде основната мотивация за посещението, за да се говори за кулинарен туризъм. В горното определение се прави разлика между "туристите, които консумират храна като част от пътуващия опит и тези, чиято дейност, поведение и дори избор на дестинация се влияе от интерес към храната" (Hall, Sharples, & Mitchell, 2003).

Във връзка с различната роля, която храната играе в туризма Hall и Mitchell правят скала на категоризация на турист спрямо степента на значимост на храната като мотивация за пътуването (виж фиг.3)



Фигура. 3 Кулинарния туризъм като специален туристически интерес (Hall, Sharples, & Mitchell, Food Tourism Around The World, 2003)

Кулинарният туризъм осигурява значими ползи за местната икономика на даден регион. При създаването и предлагането на туристически продукт се използват местните продукти, битът на региона, културното наследство, околната среда и наблюдаваната нова тенденция на определени специфични кулинарни рецепти.

На база на разгледаното можем да изведем следните основни *характеристики на кулинарния туризъм*:

Първо. Храната е един от основните мотиви за предприемането на едно такова пътуване.

Второ. Консумацията на добре приготвена храна в определената териториална област в която е известна, създава усещане за незабравимо пътуване.

Трето. Туристите, предприели пътуване в определени области, се запознават с бита, културата и нравите им чрез дегустацията на техните традиционни храни и напитки.

Анализирайки различни определения и твърдения, можем да изведем следната авторова дефиниция за *кулинарния туризъм*.

Кулинарния туризъм е специализиран и специфичен вид туризъм, който изразява връзката между предприетото пътуване за разглеждане и опознаване на различни по вид дестинации, и специфичната храна, приготвена по традиционни/автентични/, иновативни рецепти и местни продукти с цел не само задоволяване на сетивните потребности, но и предлагане на нов вид емоция.

1.1.3. Традиционна концепция за същността и обхвата на кулинарния туристически продукт

В тази точка на дисертацията вниманието се насочва към кулинарния туристически продукт, който е част от специализирания туристически пазар и неговото реализиране зависи пряко от потребителското поведение и търсенето на услуги, свързани с храненето. Туристическите продукти обединяват материални и

нематериални компоненти, като услугите заемат водеща роля. Сред основните характеристики на туристическите услуги са неосезаемост, нетрайност, неделимост и променливост, което ги прави чувствителни към потребителските предпочитания. Подходът при разглеждане на туристическите услуги е *спрямо ролята им в структурата на туристическия продукт*. Според тази зависимост Иванова (Иванова, Минков, & Илиева, Въведение в туризма, 2013) разделя услугите на постоянни (универсални) и променливи.

➤ *Постоянни* – те са от съществено значение за организацията и осъществяването на туристическото пътуване, като присъстват и формират всеки туристически продукт. Такива са: нощувка, хранене, транспортна услуга и други.

➤ *Променливи* – те определят способността на туристическия продукт да задоволи конкретни туристически потребности. Определят вида и потребителната стойност на продукта.

Спрямо това деление при всички видове туризъм храната е част от постоянните съставки, но специфичното при кулинарния туризъм е, че тя спада и към променливите – определя вида и потребителната стойност на кулинарния туристически продукт.

Същевременно кулинарният туризъм включва и *допълнителни елементи* като: дегустации, кулинарни фестивали и демонстрации, които обогатяват преживяването и засилват конкурентоспособността на дестинацията.

Атракциите, свързани с храната – регионални рецепти, традиции и събития – се приемат като ключови мотивационни фактори за избор на дестинация. Те могат да бъдат както *местни природни и културни дадености*, така и *атрактивни събития*, като празници, панаири и гастрономически фестивали.

Кулинарният туризъм използва и *антропогенни ресурси*, включващи както културно-исторически обекти (напр. традиционни пазари и готварски школи), така и изкуствено създадени събития.

Националната концепция за туристическо райониране обособява девет туристически района в България, всеки със собствен потенциал за развитие на кулинарен туризъм. Общините, като основна териториална единица, служат за основа при стратегическото планиране на специфични продукти, сред които се

открояват *регионалните храни и събития*. По този начин кулинарният туристически продукт се изгражда като сложна система от взаимодействащи компоненти – услуги, ресурси и атракции, което отразява културното богатство на региона и отговаря на потребностите на съвременния турист.

В тази точка на дисертационния труд се разглеждат разнообразните кулинарни събития и фестивали, които се провеждат в различните туристически райони на България, както и тяхното значение за развитието на кулинарния туризъм. Анализът обхваща всички девет района, определени в Концепцията за туристическо райониране, и има за цел да очертае връзката между локалните кулинарни ресурси, туристическите практики и регионалното развитие. Събраната информация показва, че независимо от основната туристическа специализация, всеки район притежава потенциал за развитие на кулинарен туризъм чрез провеждане на събития, които акцентират върху местни продукти, рецепти и традиции.

Включени са примери за специфични празници и фестивали като Празника на сланината и греяната ракия в Априлци, Фестивала на киселото мляко в Разград, Mood for Food в Пловдив, Празника на динята в Севлиево, Фестивала на трюфелите в Угърчин, Празника на тиквата в Севлиево, както и тематични събития като Ябълка-фест в Добрич и Медените фестивали по Южното Черноморие. Описани са формите на участие – дегустации, конкурси, демонстрации, изложби, фолклорни и кулинарни програми, които превръщат събитията в автентични туристически преживявания.

Чрез анализ на съдържанието на тези събития се разкрива тяхната културна, социална и икономическа стойност. Те изпълняват ролята на туристически атракции, укрепват локалната идентичност и насърчават взаимодействието между производители, потребители и туристически доставчици. Обхванати са и аспекти като участие на местната общност, ангажиране на деца и млади хора чрез образователни инициативи, както и включването на професионални готвачи, които популяризират регионалната кухня чрез съвременни интерпретации на традиционни рецепти. В тази част дисертационният труд също така включва преглед на икономическите и промоционалните ефекти от провеждането на такива събития, включително стимулиране на местното производство, сезонно разширяване на туристическия поток и развитие на съпътстващи услуги. Набляга се и на потенциала

за тематично брендиране на дестинациите чрез храни със защитено наименование, като горнооряховски суджук, еленски бут, странджански манов мед и др. Посочва се, че кулинарните събития не само допринасят за туристическата атрактивност на регионите, но и служат като инструмент за устойчиво развитие и интегрирано управление на туристическите ресурси.

1.2. Характеристики на търсенето на кулинарен туризъм

В тази точка от дисертационния труд се разглежда процесът на вземане на решение за потребление на кулинарен туристически продукт като комплексен и многофакторен. Анализира се ролята на личностния профил на туриста, включващ ценностни нагласи, стил на живот, опит и демографски характеристики, и влиянието му върху етапите на търсене, оценка и избор на кулинарни преживявания. Представена е типология на кулинарния турист, базирана на концепциите за неофилия (склонност към нови вкусове и културни практики), алоцентризъм (търсене на автентичност и различие) и степен на участие в преживяването. Тази типология спомага за по-доброто разбиране на мотивацията и поведението на различни потребителски сегменти – от традиционни консуматори до експериментатори, които търсят уникални и интерактивни форми на хранене. Включва се и преглед на съвременни изследвания в областта на хранителния и кулинарния туризъм и се предлага аналитична рамка за профилиране на туристите според техните предпочитания и очаквания. Подчертава се, че познаването на различните профили на туриста е ключово за създаването на иновативни и персонализирани кулинарни продукти, които отговарят на нарастващите изисквания за качество, автентичност и преживяване.

1.3. Иновативни подходи в кулинарния туризъм

В тази точка се насочва вниманието върху значението на храненето като неразделна част от туристическото преживяване, както за индивидуалните туристи, така и за организираните групи. Също така се акцентира върху разликата между храненето като съпътстващ елемент на пътуването и храната като основен фактор, мотивиращ избора на туристическа дестинация. Акцентира се върху специфични характеристики на кулинарния туризъм като интерес към произхода, вкуса, историята и начина на приготвяне на храната. Посочва се, че в българската кулинарна

практика се внедряват съвременни техники като молекулярно готвене, су-вид и карвинг, които придават нов облик на традиционните ястия и повишават интереса на туристите към кулинарните дестинации.

1.3.1. Иновативни начини на приготвяне на храна

В тази точка на дисертационния труд се изясняват иновативните подходи за приготвяне и представяне на кулинарни изделия, които обогатяват традиционната кулинария и повишават стойността на кулинарния туризъм. Особен акцент е поставен върху молекулярната кухня, су-вид готвенето и карвинга – методи, които се възприемат като съвременни и атрактивни практики в ресторантьорството.

Молекулярната кухня съчетава наука и изкуство чрез използване на лабораторно оборудване, създавайки нестандартни форми и текстури, които предизвикват сетивата.

Су-вид техниката постига нежност и запазване на вкусовите качества чрез бавно готвене във вакуум при ниска температура, което я прави подходяща и за здравословен, лечебен и спортен туризъм.

Карвингът – изкуството за декорация чрез изрязване на плодове и зеленчуци – създава визуално въздействие и се използва както в ресторантите, така и в кулинарните фестивали.

Обединяващо за всички тези подходи е тяхната роля в създаването на уникално потребителско изживяване и привличането на туристи чрез визуална естетика, иновация и кулинарна креативност.

1.3.2. Иновативни начини на поднасяне на кулинарни изделия

В параграфа се разглеждат иновативните начини за поднасяне и демонстрация на кулинарни изделия, които се използват както в елитни ресторанти, така и в туристически обекти, с цел обогатяване на преживяването на посетителите и повишаване на добавената стойност на кулинарния туризъм. Тези съвременни подходи не само подобряват визуалната и вкусовата привлекателност на храната, но и създават емоционална връзка между туриста и дестинацията чрез уникални сетивни преживявания.

Сред основните иновативни методи, разгледани в тази част, е фламбирането – техника, при която пред очите на клиента ястие или десерт се възпламенява с

алкохолна напитка, създавайки впечатляващ визуален ефект. Освен атрактивното представяне, този метод има и кулинарно значение, тъй като добавя специфичен вкус и аромат към ястието. Изпълнението му изисква умения, прецизност и професионализъм от страна на така наречения „флам-майстор“, което допълнително засилва престижността на заведението. Фламбирането набира все по-голяма популярност в България и вече е част от предлаганите услуги в високотегорийните ресторанти, обслужващи вискателни туристи.

Друг модерен метод е „*show cooking*“ или „готвене пред клиента“, който включва приготвяне на храната в открити кухни или демонстрационни станции. Този подход предизвиква силен интерес у туристите, тъй като съчетава кулинарна прозрачност, персонализиране на поръчката и възможност за наблюдение на целия процес. Той е особено подходящ за тематични ресторанти и културно-кулинарни фестивали, където автентичността и визуалната привлекателност на храната са от решаващо значение.

Допълнително се разглежда готвенето с дървесен пушек („*Smoking & Wood Fire Cooking*“), което придава характерен аромат на храните и е дълбоко свързано с традиционни техники от различни култури, включително и балканската. Този метод играе важна роля в съхранението на местното кулинарно наследство и е особено популярен при приготвяне на меса, колбаси и риба.

Сред другите разгледани практики се отличава и *крио-готвенето* с течен азот, което се използва за създаване на иновативни текстури и визуални ефекти чрез моментално замразяване. С помощта на течен азот се постига както забележително естетическо представяне на ястията, така и оригиналност, която впечатлява туристите, търсещи нови и вълнуващи преживявания.

Накрая, в точката се акцентира и върху устойчивите подходи като еко-гурме концепцията и готвенето с нулев отпадък (*Zero-Waste Cooking*).

Тези методи се стремят към пълно използване на хранителните ресурси, минимизиране на отпадъците и насърчаване на отговорно потребление. Те отразяват глобалните тенденции към екологично ориентирано готвене и имат нарастващо значение в развитието на устойчив кулинарен туризъм.

Чрез съчетаването на атрактивност, технологичност и устойчивост, иновативните методи за поднасяне и приготвяне на храни обогатяват туристическото преживяване и повишават конкурентоспособността на дестинациите, в които се прилагат. България, като страна с богати кулинарни традиции, има потенциал да интегрира успешно тези подходи в своя туристически продукт.

Обобщение и изводи към първа глава

1. Храната и напитките винаги са съпътствали развитието на човечеството и са оставяли отпечатък в културата на обществата. Кулинарното изкуство, разгледано във връзка с историческото развитие, показва, че то е еволюирало през вековете. Във всеки един от етапите на развитие от първобитното през древното, след това през тъмните векове до пробуждането и накрая към съвременното и иновативното кулинарно изкуство, приготвянето и консумацията на храна и напитки са не само начин за задоволяване на биологичната нужда, но и основа и фактор за идентифициране на местни нрави и обичаи, за принадлежност към дадена култура.

2. Кулинарният туризъм по своята същност се определя като специализиран и специфичен вид туризъм, който изразява връзката между предприетото пътуване за разглеждане и опознаване на различни по вид дестинации и храната и напитките с цел не само задоволяване на сетивните потребности, но и предлагане на нов вид емоция. Храната сама по себе си предизвиква човешкото възприятие, чувствата, удоволствието, човешкия ум, тяло и душа.

3. Поведението на кулинарния турист, предизвикано от желанието да намери и потребява услуги, свързани с храненето, определя понятието „кулинарен продукт“. Основни фактори, влияещи върху кулинарното потребителско търсене, са туристическите ресурси и атракции, имиджа на дестинацията и изградените традиции на населеното място. Отделните компоненти взаимно се допълват и създават единна хармония и завършеност на кулинарния туристически продукт като показват сложността и динамиката на структурата му. Чрез въвеждането в анализите на концепцията за туристическо райониране се дава пояснение за всички различни компоненти, определящи спецификата на кулинарния туристически продукт.

4. Храната и начинът на нейното приготвяне и поднасяне са основната атракция на кулинарния туризъм. Иновативните технологии, повлияни от различните изисквания и желания на туристите, предлагат уникално и запомнящо се преживяване на всеки един турист. Вниманието на предоставящите услуги в кулинарния туризъм е насочено именно към иновации в представянето на кулинарията като специфичен начин за предлагане на традиционната кухня, не само като сетивно удоволствие, но и като емоция, удовлетворение на специалния кулинарен интерес и нуждите на туриста.

ВТОРА ГЛАВА. Изследователски подход за установяване състоянието на кулинарния туризъм

2.1. Алгоритъм и модел за изследване на кулинарния туризъм в България

В конкретната точка от дисертационния труд се разглежда изследователският подход за установяване на състоянието и възможностите за развитие на кулинарния туризъм в България. Основната цел е да се предложи работеща методика и аналитичен модел за оценка на кулинарния туризъм чрез прилагането на научнообосновани критерии, показатели и методи. В основата на този подход стои използването на моделирането като инструмент за структуриране, обобщение и анализ на значими зависимости в сектора. Представен е авторов алгоритъм – методически модел (Фигура 4), който очертава етапите на изследване и формира основата за по-нататъшна емпирична работа.



Фигура 4. Алгоритъм – методически модел за изследване.

Моделирането се разглежда като процес на създаване на абстрактно, но представяния на изследваните явления, които улесняват вземането на решения, анализа на взаимовръзки и прогнозирането на бъдещи резултати. То се използва за систематизиране на различни фактори – човешки ресурси, технологии, териториални и културни особености – и тяхното въздействие върху създаването на ефективен кулинарен продукт.

В настоящото научно изследване, посветено на развитието на кулинарния туризъм, оценяването на факторите, определящи удовлетвореността, се разглежда като съществен елемент за неговото усъвършенстване. Те се анализират паралелно с въздействието на външната среда, както на макро, така и на микрониво.

Въз основа на това е разработен модел за изследване на научния проблем (Фигура 5), който илюстрира връзките и взаимодействието между вътрешните характеристики на системата и външните фактори, оказващи влияние върху развитието на кулинарния туризъм.



Фигура. 5. Модел за изследване, съобразно целта на дисертационния труд

Източник: Съставено от автора

Основните въпроси, които дисертацията разглежда в тази точка, включват: определяне на релевантните фактори, влияещи на удовлетвореността на кулинарните туристи; извеждане на критерии и показатели за оценка на кулинарния туризъм; прилагане на аналитични и социологически методи за събиране и интерпретация на данни. В анализа се използват статични и динамични методи, които обхващат краткосрочни и дългосрочни наблюдения и дават възможност за оценка на тенденциите. Използват се и графични методи за визуализация на данните. Акцентът пада върху анкетните проучвания, които събират емпирични данни от двете основни страни на пазара – потребители и предложители на кулинарни туристически услуги. Те позволяват да се идентифицират ключови очаквания, удовлетвореност и мотивации. Прилагането на моделно-аналитичен подход и разнообразни методи на изследване дава възможност за цялостна оценка на състоянието и развитието на кулинарния туризъм в България. Това включва изясняване на факторите, които го стимулират, идентифициране на проблемите, които го възпрепятстват, и формулиране на препоръки за устойчивото му развитие. Като важен акцент се извежда необходимостта от вземане предвид както на външните (икономически, социални, културни), така и на вътрешните (организационни и човешки ресурси) влияния върху сектора.

2.2. Фактори на макрообкръжаващата среда, влияещи върху развитието на кулинарен туризъм в България

Разглежданата точка в дисертационния труд е посветена на анализа на макрообкръжаващата среда като ключов контекстуален фактор за формирането и развитието на кулинарния туризъм в България. Извеждат се основните външни условия и влияния, които не се поддават на директен контрол от страна на туристическите обекти, но въпреки това съществено предопределят възможностите за устойчив растеж и ефективно планиране в сектора. Акцентът е поставен върху необходимостта от стратегическо осмисляне на външната среда като многопластова система, в която социалните, технологични, икономически, екологични и политически фактори се преплитат и оформят рамките за действие на кулинарния туризъм. В рамките на анализа се прилага STEEP подходът – разновидност на

класическия PEST анализ, който систематизира влияещите фактори в пет основни категории: социално-демографски, технологични, икономически, екологични и политически.

Социално-демографските фактори се разглеждат като ключови за разбирането на нагласите и ценностите на обществото спрямо кулинарното преживяване. Те включват културните предпочитания, структурата на населението, както и социалната организация на живота и формират конкретни изисквания към предлаганите храни, услуги и преживявания. Демографските промени – като застаряващо население или увеличена мобилност – водят до нови търсения и сегменти сред туристите, а осъзнаването на значението на екологията променя очакванията към устойчивото кулинарно предлагане.

Технологичната среда също оказва съществено влияние върху този вид туризъм. Развитието на информационните и комуникационни технологии, новите методи за производство и дистрибуция, както и съвременните форми на транспорт значително улесняват достъпа до туристически продукти и позволяват прецизна реклама, планиране и персонализация на кулинарните преживявания. Интеграцията на нови софтуерни решения в ресторантьорството и туризма води до повишена ефективност и по-добро потребителско изживяване.

Икономическите фактори – инфлация, доходи на населението, нива на безработица и икономически растеж – оказват пряко въздействие върху потребителската способност и желания за пътуване. Фискалната и паричната политика на държавата, както и глобалните пазарни процеси определят рамките, в които туристическите услуги, включително и кулинарният туризъм, могат да се развиват.

Отделно внимание е отделено и на въздействието на околната среда – както естествената, така и изградената. Повишеният интерес на потребителите към „зелени“ продукти и устойчиви практики води до адаптация в туристическото поведение и до развитие на еко-кулинарни концепции. Кулинарният туризъм следва да отговори на очакванията за екологична отговорност и да се адаптира към новите изисквания за опазване на околната среда.

Политическите и правни фактори също играят важна роля в регулирането на туристическия сектор. Законодателни рамки, икономическа политика, публични услуги и международна търговия създават условия, в които туристическият продукт се формира. Регулаторната среда, особено по отношение на здравето, безопасността, защитата на потребителите и екологията, може както да улесни, така и да затрудни развитието на кулинарния туризъм.

Тази точка има за цел да представи една интегрирана концептуална рамка за влиянието на макрофакторите върху кулинарния туризъм. Анализът подчертава нуждата от проактивно стратегическо мислене, което отчита влиянието на външната среда и насърчава устойчивото развитие на сектора. Изследването показва, че успешното позициониране на България като кулинарна дестинация изисква гъвкавост, адаптация към променящите се тенденции и прилагане на иновативни подходи в туристическото предлагане.

2.3. Фактори на микросредата влияещи върху развитието на кулинарен туризъм в България

В тази точка от дисертационния труд се разглежда значението и влиянието на микрообкръжаващата среда върху развитието на кулинарния туризъм чрез прилагането на модела на Портър с петте конкурентни сили. Подробно се анализират основните елементи на микросредата, които оказват пряко въздействие върху кулинарните туристически предприятия, както и върху цялостната индустрия, в която те функционират. Изяснява се, че микросредата включва фактори като конкуренция в бранша, поведение на потребителите, позиции на доставчиците, заплахи от нови участници и заместители, които действат ежедневно и водят до динамични промени с потенциал да засилят или отслабят конкурентната позиция на едно предприятие. Моделът на Портър служи като теоретична основа за анализа, като всяка от петте сили е приложена конкретно към спецификата на кулинарния туризъм.

Първата разгледана сила е заплахата от нови участници. Обърнато е внимание на бариерите за навлизане на високи капиталови разходи, лоялност на клиентите към вече съществуващи марки, достъп до дистрибуционни канали и програми за лоялност, които възпрепятстват новите конкуренти.

Втората сила е заплахата от заместители – продукти или услуги, които могат да удовлетворят същите потребности, като кулинарните предложения. Анализирана е ролята на разходите за преминаване към заместител, както и лоялността към марката при избора на такива продукти.

Третата сила – преговорната сила на купувачите, е свързана с броя на клиентите, обема на покупките им и наличието на алтернативи, които им дават възможност да влияят върху цената и качеството на предлаганите услуги.

Четвъртата сила – силата на доставчиците, е оценена на база броя и размера им, уникалността на предлаганите ресурси и възможността за заместване на тези ресурси. Колкото по-ограничен и ценен е един ресурс, толкова по-силна е позицията на доставчика.

Петата и последна сила е интензивността на съперничеството между съществуващите конкуренти. В кулинарния туризъм тази конкуренция е засилена, особено в региони с много и равностойни участници, ниска лоялност към марката и липса на ясно изразена диференциация на продуктите.

Изследването показва, че разбирането и стратегическото използване на тези пет сили е от ключово значение за успешното позициониране на туристическите предприятия в сектора. Микросредата, анализирана чрез този модел, предоставя реалистична и динамична представа за конкурентната среда, в която функционира кулинарният туризъм в България. Това дава възможност на мениджърите и заинтересованите страни да изграждат по-устойчиви и ефективни бизнес стратегии, съобразени със спецификите на пазара.

2.4. Фактори, предопределящи удовлетвореността на туриста от кулинарен туризъм

Настоящата част от дисертационния труд е посветена на систематизиране на факторите, които формират рамката за анализ и оценка на развитието на кулинарния туризъм, като се акцентира върху значението на удовлетвореността на туриста и влиянието на външната и вътрешната среда. Разглеждат се разнообразни теоретични модели за измерване на клиентската удовлетвореност, като се аргументира изборът на Европейския индекс на клиентската удовлетвореност, адаптиран към спецификата на кулинарния туризъм в България. Анализът се базира на разбирането,

че интегрираното разглеждане на факторите от микро и макросредата е ключово за изграждането на устойчиви стратегии. В рамките на микросредата е приложен моделът на Портър за оценка на конкурентните сили, докато на макро равнище се прилага STEEP анализ за систематизиране на външните фактори – политически, икономически, социално-демографски, технологични и екологични. Допълнително внимание се отделя на лоялността като дългосрочна цел за всеки бизнес в сферата на кулинарния туризъм, като тя се разглежда през призмата на потребителските изисквания и тяхното надминаване чрез адекватна организация и предлагане.

2.5. Избор на критерии и показатели, в съответствие с разработения модел за измерване на факторите, влияещи върху развитието на кулинарния туризъм в България

В този раздел от дисертационния труд е изследвано как фактори от макро- и микросредата влияят на развитието и перспективите на кулинарния туризъм в страната. Вниманието е насочено към обективното оценяване на тези фактори чрез система от критерии и показатели, подбрани така, че да осигуряват обхватна и достоверна представа за текущото състояние и стратегическите възможности в сектора. За целите на изследването са представени конкретни измерители, обединени в таблица с критерии от макро и микрониво.

Макрообкръжаващата среда е анализирана чрез прилагането на STEEP модел, който включва социално-демографски, технологични, икономически, екологични и политически фактори. Всеки от тези компоненти е разгледан чрез специфични подкритерии и количествени показатели, като например: динамика на туристическите посещения по пол, възраст, националност; степен на иновативност; средногодишна инфлация; принос на туризма към БВП; наличие на зелени практики и екосертифициране; регулаторна рамка и държавна подкрепа за сектора. Анализът показва, че външната среда, макар и извън контрола на отделните участници в туристическия сектор, има решаващо значение за пазарната устойчивост и стратегическото развитие на кулинарния туризъм. Технологиите, например, трансформират не само производствените процеси, но и потребителските преживявания, като навлизането на „умни“ решения се утвърждава като катализатор за иновации и конкурентно предимство.

Втората основна посока в точката е изследването на микросредата чрез адаптирания модел на Портър с пет сили. В тази част се разглеждат конкурентните зависимости в бранша, включително заплахата от нови участници, заместващи продукти, преговорната сила на потребителите и доставчиците, както и интензитетът на съперничеството. Подчертава се значението на бариерите за навлизане като капиталовите разходи и лоялността на клиентите, както и риска от загуба на пазарен дял поради появата на алтернативни предложения. Наличието на силна преговорна позиция у купувачите и доставчиците може да повлияе негативно върху рентабилността, което изисква гъвкави управленски решения. Показателите, свързани с брой потребители, степен на лоялност, уникалност на услугата и конкурентна диференциация, са от ключово значение за анализ на пазарната динамика. Допълнително внимание е отделено на изграждането на критерии за измерване на удовлетвореността в кулинарния туризъм, като се въвеждат показатели като имидж, възприемано качество, доверие, възприятие, възприета стойност и лоялност. Те не само позволяват оценка на текущото състояние, но и формират основа за стратегическо планиране, с оглед подобряване на потребителското преживяване и утвърждаване на конкурентни предимства. По този начин, дисертационният труд осигурява изчерпателен и аналитичен подход към оценката на външните и вътрешните фактори за развитие на кулинарния туризъм, съчетавайки количествени и качествени инструменти в рамките на една устойчива изследователска рамка.

Обобщение и изводи към втора глава

1. Факторите на вътрешната и външната среда оказват съществено влияние върху състоянието и развитието на кулинарния туризъм и следва да бъдат обект на задълбочен анализ при изработването на стратегически управленски решения.

2. Клиентската удовлетвореност е ключов индикатор за ефективността на кулинарния туризъм, като тя следва да се измерва чрез ясно дефинирани количествени и качествени показатели.

3. Използването на иновативни и гъвкави управленски подходи е необходимост в условията на динамична пазарна среда и се явява важен елемент за

повишаване на конкурентоспособността и привлекателността на туристическите продукти.

В обобщение на втора глава на дисертационния труд се очертават основните теоретични и методологически насоки, върху които стъпва анализът на развитието на кулинарния туризъм в България. Представените в главата изследвания и модели подчертават значението на вътрешните и външните фактори, които влияят върху този специализиран туристически сектор. Особен акцент е поставен върху оценката на удовлетвореността на потребителите като ключов елемент за качествено и устойчиво развитие. Разгледани са основни модели за клиентско поведение и измерване на удовлетвореността, като на базата на теоретичните постановки е изведен и адаптиран концептуален модел, съобразен с особеностите на българския кулинарен туризъм.

ТРЕТА ГЛАВА. Състояние и перспективи пред развитие на кулинарния туризъм в България

3.1. Анализ и оценка на резултатите от емпиричното изследване

В настоящата трета глава фокусът е насочен към анализа на резултатите от проведеното емпирично анкетно проучване, с което се цели по-задълбочено изследване на значимите фактори, влияещи върху развитието на кулинарния туризъм в България. Емпиричният етап от изследването е основополагащ за дисертационния труд, тъй като предоставя реална представа за нагласите, очакванията и възприятията на основните заинтересовани страни – представители на туристическия бизнес, публичната администрация, образователни институции, както и активни потребители на кулинарни туристически услуги.

Анкетното проучване е осъществено в периода от 15 април до 10 май 2025 г. чрез онлайн форма, разработена в платформата Google Forms. Структурата на анкетата обхваща четири тематични раздела: (1) обща информация за респондентите; (2) фактори на макроикономическата среда, влияещи върху развитието на кулинарния туризъм; (3) характеристиките на микроикономическата среда и нейната роля за туристическия бизнес; (4) факторите, формиращи удовлетвореността на туристите от предлаганите продукти и услуги.

В проучването участват общо 233 респонденти, разпределени в две основни групи: 152 представители на частния туристически сектор (65,2%), включително

собственици и управители на заведения за хранене, местни производители и туроператори; както и 81 представители на публичната администрация и образователни институции (34,8%). Това съотношение осигурява балансирана аналитична основа, обхващаща както практическите, така и стратегическите аспекти на развитието на сектора.

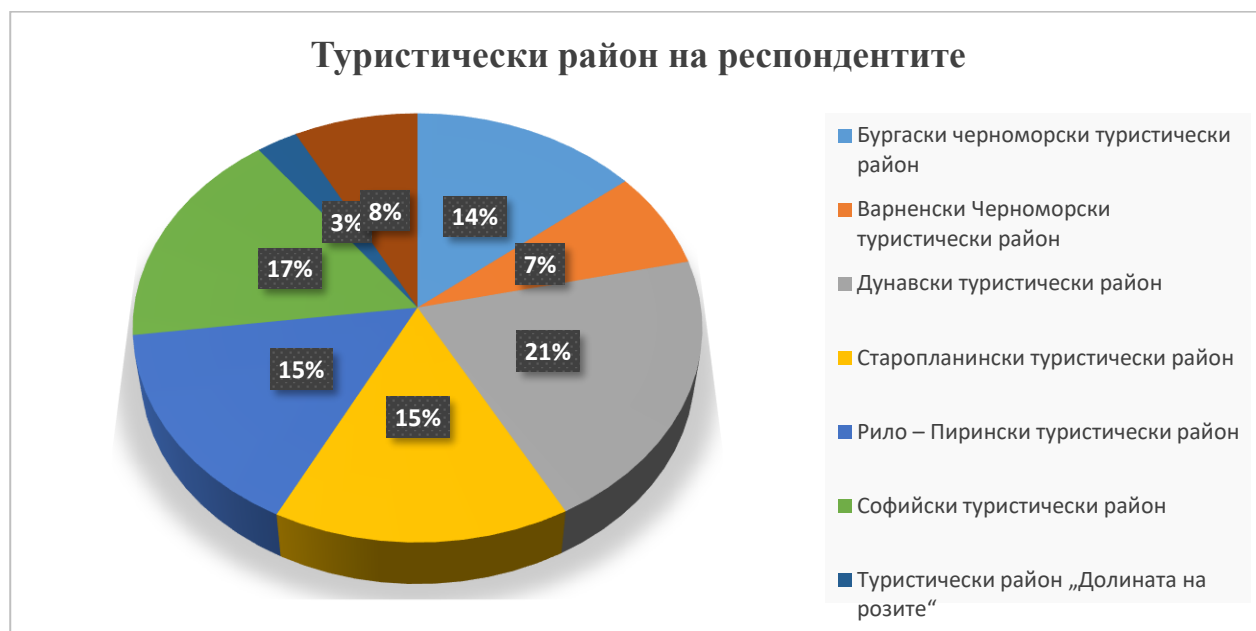
Анализът на събраните данни включва както количествени измерения чрез въпроси с единичен и множествен избор и Ликерт скала, така и качествени оценки, изведени от отворени въпроси. Този подход позволява изграждането на цялостна картина за взаимодействието между търсенето и предлагането на кулинарни туристически продукти, налични предизвикателства, институционални дефицити и потенциали за развитие. Специален акцент е поставен върху профила на участниците – тяхната институционална принадлежност, сфера на дейност, мотивация и ниво на ангажираност с темата.

Съотношението между двете групи – бизнес и публична власт и образование, е приблизително 3:2, което предоставя балансирана перспектива както от страна на практиците, пряко участващи в туристическото предлагане, така и от страна на регулаторните и образователните структури, които формират стратегическата рамка и подготвят кадри за сектора. Тази двупосочна гледна точка позволява анализът да обхване както реалните пазарни процеси, така и институционалните механизми, необходими за устойчивото развитие на кулинарния туризъм в България.

Анализът на данните показва, че най-голям процент от респондентите са от Дунавския туристически район, който съставлява 21% от общия брой участници. След него се нарежда Софийският туристически район с 17%, което подчертава значителното участие на столицата и околностите в проучването. Старопланинският и Рило-Пиринският туристически райони имат равен дял от 15%, което показва балансирано участие от тези региони. Бургаският черноморски туристически район съставлява 14%, докато Варненският черноморски туристически район и Родопите имат съответно 7% и 8%. Най-малък процент от респондентите са от туристическия район „Долината на розите“, който съставлява едва 3% от общия брой участници.

Тези данни подчертават разнообразието на туристическите райони в България и тяхното значение за кулинарния туризъм. Високото участие от Дунавския и

Софийския туристически райони може да се дължи на добре развитата инфраструктура и наличието на множество културни и кулинарни изживявания. Балансираното участие от Старопланинския и Рило-Пиринския райони показва интерес към планинския и приключенски туризъм, съчетан с традиционни кулинарни преживявания. Ниското участие от района „Долината на розите“ може да се обясни с по-малката му територия и специфичния фокус върху розопроизводството и свързаните с него събития (Фигура №6).



Фигура 6. Анализ и оценка на резултатите

Източник: Съставено от автора по данни от анкетното проучване

В тази част от дисертационния труд се представят ключовите гледни точки на двете основни групи участници в анкетното проучване – публичната администрация и образователните институции, от една страна, и представителите на туристическия бизнес – от друга. Публичният сектор подчертава стратегическото значение на кулинарния туризъм за устойчивото регионално развитие и съхраняването на нематериалното културно наследство. Респондентите акцентират върху нуждата от по-активна държавна политика, насърчаваща маркетинга, образованието и подкрепата за местните производители, като същевременно отбелязват предизвикателства като слаба координация и ограничена видимост на българската кухня. От своя страна, туристическият бизнес проявява прагматичен подход, поставяйки акцент върху необходимостта от инвестиции в кадри, подобряване на

обслужването, популяризиране на традиционните храни и намаляване на административната тежест. И двете групи споделят виждането, че кулинарният туризъм има значителен потенциал, който може да бъде реализиран чрез целенасочени, съгласувани и устойчиви усилия между държавата и частния сектор.

3.2. Тенденции на световния пазар и насоки за управление на дестинация за кулинарен туризъм

Изложението в тази част има за цел да извърши задълбочен стратегически и пазарен преглед на водещите световни тенденции, иновации и успешни модели в развитието на кулинарния туризъм, като се поставя акцент върху тяхната приложимост и адаптация към специфичните условия и потенциала на българската туристическа среда. Направен е преглед на световния пазар, който през 2023 г. е оценен на над 11 милиарда щатски долара, като се прогнозира средногодишен ръст от 19,9% до 2030 г. Анализът подчертава ролята на гастрономията като средство за създаване на уникални преживявания, опознаване на култури и стимулиране на устойчиво регионално развитие. Водещи са дейности като кулинарни фестивали, готварски класове и маршрути, като Европа заема водещ дял в глобалния пазар, благодарение на своето културно наследство и разнообразна кухня. Особено внимание е отделено на значението на стратегическото планиране при позициониране на дестинацията като конкурентоспособна гастрономическа локация. Изведени са четири ключови фази на планиране – от предварителната диагностика до оперативното изпълнение и комуникация с целевите публики. Акцент е поставен върху изграждането на карта на кулинарната стойност и интегриране на културни, социални и устойчиви елементи в туристическия продукт. Подчертава се нуждата от създаване на интегрирана система за пазарно наблюдение, която включва иновативни източници на информация. Сред стратегическите приоритети се посочват развитието на отличителни и тематични кулинарни продукти, активното участие на местните общности и формулирането на силна кулинарна марка за дестинацията. За успешна реализация се препоръчва модел на сътрудничество между институции, бизнес, академични среди и гражданско

общество, ориентирано към ценности като културна идентичност, качество, устойчивост и иновации.

В тази част на дисертационния труд се акцентира върху значението на кулинарния туризъм като устойчив инструмент за развитие на туристическите дестинации, който обединява културни, социални и икономически измерения. Стратегическото развитие на този туристически сегмент следва да бъде основано на задълбочен анализ на вътрешната и външната среда, както и на ясна визия, мисия и цели, съобразени с глобалните насоки на UNWTO. Резултатите от анкетното проучване показват, че туристите ценят най-много автентичността на кулинарните преживявания, качеството на обслужване и местните традиции. В същото време са идентифицирани предизвикателства като липса на реклама, недостиг на кадри и слаба координация между институции и бизнес. Предложена е стратегия на диференциация чрез подчертаване на уникалните характеристики на дестинациите, като традиционни рецепти, устойчиви практики и локална идентичност. Изграждането на „карта на кулинарната стойност“ и включването ѝ в националната маркетингова стратегия е ключово за повишаване на разпознаваемостта на България като кулинарна дестинация.

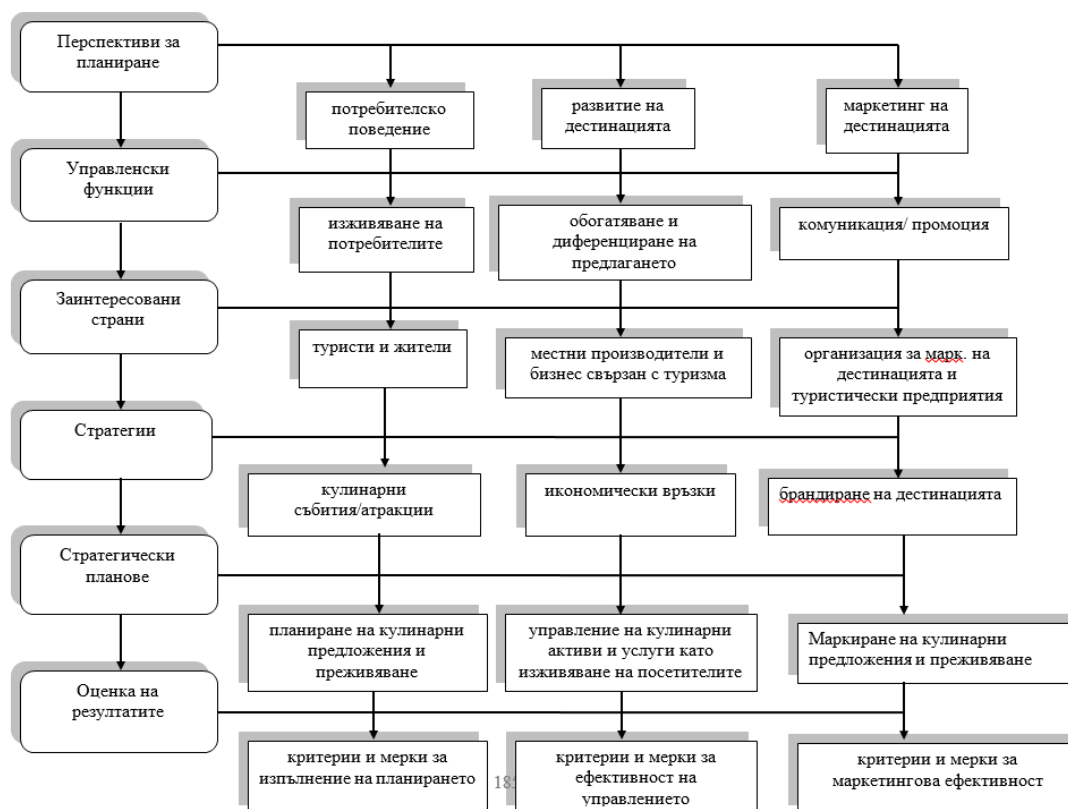
3.3. Стратегически модел и препоръки за развитие на кулинарния туризъм в България

В тази последна част от дисертационния труд се анализира стратегическото значение на кулинарния туризъм за развитието на туристическите дестинации в съвременната конкурентна среда. Разглеждат се начините, по които туристическите компании и дестинации адаптират своите предложения чрез кулинарни преживявания, целяйки по-добро пазарно позициониране и устойчиво конкурентно предимство. Храната и напитките вече не се възприемат само като част от основните туристически услуги, а като социално и културно явление, способно да изгради идентичност и да създаде силна емоционална връзка между туриста и дестинацията.

Разнообразието на форми в кулинарния туризъм е все по-видимо и включва събития и фестивали, пазари, дегустации, обиколки на производствени обекти, агротуристически преживявания, тематични почивки и кулинарни уроци. Множество дестинации разработват кулинарни маршрути, които свързват различни обекти и

събития, насочени към храна, за да отговорят на нарастващото търсене и интерес към местната кухня и традиции. В резултат се наблюдава нарастване на инвестициите в тази сфера и опити за използване на местната кулинарна култура като инструмент за регионално развитие и туристическа диференциация.

Въз основа на теоретичната основа на стратегическото планиране и туристическия модел на Leiper (Leiper, 1990), е предложен концептуален инструмент / рамка, който да се използва като инструмент за стратегическо планиране на проекти за кулинарен туризъм. Смята се, че кулинарният туризъм трябва да се разглежда и към него да се подхожда от 3 гледни точки: потребител (туристи и посетители), дестинация (приемаща пространствена зона) и маркетинг (комуникации), както е показано на следващата фигура 7.



Фигура 7. Инструмент за стратегическо планиране.

Също така са разгледани и перспективите за развитие на кулинарния туризъм в България в условията на възстановяване след пандемията от COVID-19. Глобалната здравна криза оказва сериозно влияние върху туристическия сектор, но създаде и нови възможности за преосмисляне и модернизация на кулинарния туризъм. Основен акцент в адаптивните стратегии се поставя върху дигитализацията

на туристическите преживявания, която позволява на дестинациите и бизнеса да отговорят на променените нагласи на потребителите.

Сред дигиталните решения се открояват виртуални ресторантски преживявания, дигитални кулинарни маршрути и онлайн дегустации, както и мобилни приложения за локални рецепти и заведения. Концепцията „Местно-виртуално“ се оформя като водеща тенденция, при която се търси баланс между автентичността на мястото и достъпа чрез дигитални средства. Същевременно туристите все по-често се насочват към по-малки селски райони, търсейки спокойствие, сигурност и автентично кулинарно преживяване. Пандемията засилва и социалното измерение на кулинарията – храненето се възприема не само като необходимост, а като форма на социална свързаност и културно преживяване. В този контекст се очаква ръст на краткосрочните пътувания в страната, които ще насърчат местния бизнес и ще допринесат за популяризирането на регионалните кухни. Така България има реален потенциал да се утвърди като устойчива и културно обогатяваща дестинация за кулинарен туризъм.

Обобщение и изводи към трета глава

В обобщение на трета глава от дисертационния труд на база представените стратегии за развитие на кулинарния туризъм и анализа на направеното емпирично проучване, авторът формулира няколко основополагащи изводи и съответстващи на тях препоръки, които имат стратегическо значение за устойчивото и ефективно развитие на кулинарния туризъм в България.

1. Извод: Основен проблем, очертан в проучването, е липсата на ясно дефинирана национална политика и координирана държавна подкрепа за развитието на кулинарния туризъм. Налице е фрагментирана институционална среда, в която липсва синергия между отделните заинтересовани страни.

Препоръка: Необходимо е създаването на национална стратегия за кулинарния туризъм, която да бъде интегрирана в общата туристическа политика. Следва да се разработят конкретни мерки за институционално подпомагане чрез целеви програми, финансови стимули, облекчения за бизнеса и включване на сектора в планирането на регионалното развитие.

2. Извод: Анализите показват сериозен дефицит в маркетинговото позициониране на България като кулинарна дестинация, както на вътрешния, така и на

международния туристически пазар. Разпознаваемостта на традиционната българска кухня е все още ограничена.

Препоръка: Наложително е създаването на национален бранд, свързан с кулинарния туризъм, който да акцентира върху автентичността, качеството и регионалното разнообразие на българската кухня. Този бранд следва да бъде подкрепен от дигитални и офлайн маркетингови инструменти – участие в международни борси, събития, кампании с инфлуенсъри, дигитални платформи и интерактивни пътеводители.

4. *Извод:* Инфраструктурните дефицити, особено в селските и по-малко достъпни райони, затрудняват развитието на пълноценни кулинарни маршрути и ограничават възможностите за организиране на тематични събития и фестивали.

Препоръка: Да се зложат инфраструктурни инвестиции, насочени към подобряване на достъпността до кулинарно значими дестинации – пътища, обозначения, паркинги, дегустационни центрове, демонстрационни кухни и кулинарни пазари. Общините следва да бъдат насърчени да включат кулинарния туризъм като приоритет в планове си за развитие.

Заклучение

В заключителната част на дисертационния труд се представя синтез на трите основни глави, обединени от общата цел – задълбочено изследване на кулинарния туризъм като икономически, културен и социален феномен.

В първата глава се проследява историческата и теоретична еволюция на понятието, като се акцентира върху нарастващото значение на храната като културен носител и туристическо преживяване. Анализират се потребителските нагласи, профили на туристи и мотивационните фактори, които влияят върху тяхното поведение. Изведени са ключови аспекти като фестивали, традиционни ястия и иновации, допринасящи за изграждането на кулинарния туристически продукт.

Втората глава е посветена на методологията на изследването, в която се разработва авторски концептуален модел за оценка на сектора. Чрез комбинация от STEEP анализ и модели на потребителска удовлетвореност, се идентифицират ключови външни и вътрешни фактори, влияещи върху развитието на кулинарния туризъм в България. Разгледани са съвременни управленски практики и са предложени индикатори за оценка на конкурентоспособността и устойчивостта.

Третата глава съдържа резултатите от емпиричното изследване, проведено чрез анкетна форма, като се анализират възприятията на представители на бизнеса, публичният сектор и туристите. На тази база са направени предложения за устойчиво развитие чрез иновации, дигитализация и интердисциплинарни стратегии. Изследването завършва с конкретни насоки и научнообосновани препоръки за повишаване на конкурентоспособността на България като кулинарна дестинация.

IV СПРАВКА НА ОСНОВНИТЕ ПРИНОСНИ МОМЕНТИ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Доразвити са съществуващите знания относно кулинарния туризъм въз основа на задълбочен критичен анализ на съществуващите теоретични постановки в специализираната научна литература. Изведена е авторова дефиниция на категорията „кулинарен туризъм“, след анализ на различията между понятието „кулинарен туризъм“ и близки по значение категории, използвани в специализираната литература.

2. Направена е периодизация на развитието на кулинарния туризъм в света, като са открити възможностите му за развитие в деветте туристически района на България, съобразно концепцията за туристическо райониране. В рамките на традиционната концепция са представени съвременни иновативни подходи, чието интегриране повишава ценността на туристическия кулинарен продукт.

3. Разработен е оригинален авторов модел за изследване, въз основа на широкообхватен и критичен анализ на методологичния апарат. Разработеният изследователски модел предлага нов инструментариум за анализ и оценка на състоянието и развитието на кулинарния туризъм в България.

4. Проведено е емпирично изследване, като е апробиран създаденият авторов модел, с което се валидира практическата му приложимост. В резултат са установени актуални характеристики, които служат за формулиране на изводи и препоръки, свързани с развитието на кулинарния туризъм в България.

5. Изграден е стратегически модел за развитие на кулинарен туризъм в България и са формулирани конкретни насоки и препоръки, като се отчитат националните специфики и международните достижения в тази област.

У СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Научни статии

Симеонов, С. (2019). Специфика на туриста практикуващ кулинарен туризъм. *Годишен Алманах научни изследвания на докторанти*, Свищов, бр.ХІІ, кн.15, с. 383-397. ISSN: 1313-6542.

Симеонов, С. (2020). Влияние на факторите на микро- и макросредата върху кулинарния туризъм. *Годишен Алманах научни изследвания на докторанти*, Свищов, бр.ХІІІ, кн.16, с. 381-398. ISSN: 1313-6542.

Научни доклади

Иванова, П., **С. Симеонов** (2019). Характеристика на туриста практикуващ кулинарен туризъм // *Сборник доклади от международна научнопрактическа конференция „Туризмът в новото хилядолетие – състояние и перспективи“*. АИ „Ценов“, Свищов, с.36-45, ISBN: 978-954-23-1764-7.

Симеонов, С. (2018). Модели за оценяване на потребителската удовлетвореност от кулинарния туризъм//*Сборник доклади от научна конференция „Туризм, образование, бизнес“*. Колеж по туризъм към Университет „Проф. А. Златаров“, Бургас, с. 166-174; ISBN 978-619-7125-74-0.

Симеонов, С. (2018). Възможности за развитие на дестинация България посредством кулинарен туризъм//*Сборник с доклади от Международна студентско-докторантска научна конференция „Туризм и иновации“*. АИ „Св. св. Кирил и Методий“, Велико Търново, с.184-193. ISBN 978-619-208-167-6.

Симеонов, С. (2018). Иновативни подходи в кулинарния туризъм// *Международна научна конференция по повод 55 години Колеж по туризъм – Варна, „Туризмът и иновациите“*, „Наука и икономика“, ИУ-Варна, с. 370-379. ISBN 978-954-21-0973-0.

**VI СПРАВКА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА МИНИМАЛНИТЕ
НАЦИОНАЛНИ ИЗИСКВАНИЯ ВЪВ ВРЪЗКА С ПРОЦЕДУРА ЗА
ПРИДОБИВАНЕ НА ОНС „ДОКТОР“**

Показател	Точки
Група от показатели А.	
<i>Показател 1. Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“.</i>	
Състояние и развитие на кулинарния туризъм в България	50
<i>Дисертацията е обсъдена и е открита процедура по нейната защита.</i>	
Група от показатели Г.	
<i>Сума от показатели от 4 до 10</i>	
7. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове	
Симеонов, С. (2019). Специфика на туриста практикуващ кулинарен туризъм. Годишен Алманах научни изследвания на докторанти, Свищов, бр.ХІІ, кн.15, с. 383-397. ISSN: 1313-6542.	10
Симеонов, С. (2020). Влияние на факторите на микро- и макросредата върху кулинарния туризъм. Годишен Алманах научни изследвания на докторанти, Свищов, бр.ХІІІ, кн.16, с. 381-398. ISSN: 1313-6542.	10
Иванова, П., Симеонов (2019). Характеристика на туриста практикуващ кулинарен туризъм // Сборник доклади от международна научнопрактическа конференция „Туризмът в новото хилядолетие – състояние и перспективи“. АИ „Ценов“, Свищов, с.36-45, ISBN: 978-954-23-1764-7.	5
Симеонов, С. (2018). Модели за оценяване на потребителската удовлетвореност от кулинарния туризъм//Сборник доклади от научна конференция „Туризм, образование, бизнес“. Колеж по туризъм към Университет „Проф. А. Златаров“, Бургас, с. 166-174; ISBN 978-619-7125-74-0.	10
Симеонов, С. (2018). Възможности за развитие на дестинация България посредством кулинарен туризъм//Сборник с доклади от Международна студентско-докторантска научна конференция „Туризм и иновации“. АИ „Св. св. Кирил и Методий“, Велико Търново, с.184-193. ISBN 978-619-208-167-6.	10
Симеонов, С. (2018). Иновативни подходи в кулинарния туризъм// Международна научна конференция по повод 55 години Колеж по туризъм – Варна, „Туризмът и иновациите“, „Наука и икономика“, ИУ-Варна, с. 370-379. ISBN 978-954-21-0973-0.	10
Общ брой набрани точки – сума от показатели от 4 до 10	55
Изискуем брой точки – сума от показателите от 4 до 10	30

VII СПИСЪК НА УЧАСТИЯТА В НАЦИОНАЛНИ И МЕЖДУНАРОДНИ НАУЧНИ КОНФЕРЕНЦИИ И ФОРУМИ

Конференции, семинари, кръгли маси:

- Международна научнопрактическа конференция „Туризмът в новото хилядолетие – състояние и перспективи“. Свищов, 2019.
- Научна конференция „Туризм, образование, бизнес“. Колеж по туризъм към Университет „Проф. А. Златаров“, Бургас, 2018.
- Международна студентско-докторантска научна конференция „Туризм и иновации“. АИ „Св. св. Кирил и Методий“. Велико Търново, 2018.
- Международна научна конференция по повод 55 години Колеж по туризъм – Варна, „Туризмът и иновациите“. ИУ-Варна, 2018.
- Участие в Студентско-докторантски научен форум на тема: „Туризмът в новото хилядолетие – състояние и перспективи“, на 5-6 април 2019 г. в с. Орешак, община Троян.
- Участие в Европейска седмица на професионалните умения - European Vocational Skills Week official national opening in Luxembourg - онлайн демонстрация в кулинарията, 09.11.2020 г.
- Участие в Тринадесети черноморски туристически форум „Туристическата индустрия – позитивизъм по време на Ковид кризата“, 28.11.2020 г. – онлайн присъствие.

Докторантски научни сесии:

1. Докторантска научна сесия 2018 г. СА „Д. А. Ценов“ – Свищов.
2. Докторантска научна сесия 2019 г. СА „Д. А. Ценов“ – Свищов.
3. Докторантска научна сесия 2020 г. СА „Д. А. Ценов“ – Свищов.

Научноизследователски проект:

Проект №9-2018 "Съвременни измерения на управлението на туристическа дестинация България", ИНИ СА „Д. А. Ценов“.

VIII ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

Д Е К Л А Р А Ц И Я за оригиналност

от Симеон Венциславов Симеонов,
докторант в задочна форма на обучение
по докторска програма „Икономика и управление (туризъм)“
при Стопанска академия „Д. А. Ценов” – Свищов

Декларирам, че представеният дисертационен труд на: „Състояние и развитие на кулинарния туризъм в България” за присъждане на образователната и научна степен „доктор” по научна специалност „Икономика и управление (туризъм)”, е оригинална авторска разработка. Той съдържа резултати, получени при проведени от мен научни изследвания. Резултатите, които са получени, описани и/или публикувани от други учени, са надлежно цитирани в текста и включени в библиографията.

Настоящият дисертационен труд не е прилаган за придобиване на научна степен в друго висше училище или научен институт.

.....2025 г.

гр. Свищов

Декларатор:

/Симеон Симеонов/