

Национален студентски конкурс за най-добра разработка на туристическа тематика към МТИ „Културен туризъм“- Велико Търново

Тракийски университет, гр. Стара Загора

Стопански факултет

Катедра „Регионално развитие“

На тема:

Състояние, предизвикателства и перспективи на
дигиталните платформи в туристическо развитие в
България (по примера на туристически Район Варненско
Черноморие)

Изготвил: Йоана Ангелова Господинова – ОКС „Бакалавър“,
специалност „Бизнес икономика“, 3 курс, фак. № 417

2025 г.

Въведение

Съвременният туризъм е все по-дигитализиран, като онлайн платформите са ключови за регионалното развитие, служейки като основни канали за информация и комуникация между туристи, местни бизнеси и дестинации. Това налага задълбочено разбиране за тяхното текущо състояние и ефективност, особено на областно и общинско ниво.

В България развитието на дигиталните туристически платформи варира значително, което налага систематична оценка на тяхната структура, функционалност и принос към устойчивия туризъм. Настоящата статия цели да анализира състоянието на дигиталните туристически платформи в Райно Варненско Черноморие, да идентифицира предизвикателствата и да очертае перспективи за бъдещо развитие в контекста на устойчивия туризъм. Изследването ще разгледа текущото състояние, основните характеристики, ролята за устойчив туризъм, предизвикателствата и потенциалните насоки за подобряване на тези платформи.

Литературен преглед

През последните десетилетия дигитализацията е от ключово значение за развитието и конкурентоспособността на туристическия сектор, променяйки начина, по който туристите планират пътуванията си и дестинациите предлагат услугите си. Интернет платформите, включително мобилни приложения и дигитални медии, са основни за събиране на информация, резервации, маркетинг и управление на дестинации (Buhalis и Law, 2008). Те привличат потенциални клиенти в световен мащаб и влияят върху решенията за пътуване на всеки етап (Родионов и Амирова, 2023). Въпреки това, липсват специализирани кадри и интеграция между туристическите и технологичните сектори (Levchenko, 2022), като много региони, особено развиващите се, се сблъскват с ограничени знания и ресурси за ефективно използване на дигиталните платформи (Chaudhery и Maniktala, 2022; Pryamichkin и Zemlyanskaya, 2024).

Промяната в потребителското поведение е довела до иновативни бизнес модели като платформи за споделяне на места за настаняване (напр. Airbnb), които нарушават традиционните модели, оказвайки най-силно влияние върху средния и бюджетния сектор (Rowe, T. D., & Dean, B. L., 2021). Актуализацията на официалните туристически сайтове чрез подобряване на структурата, информираността и интегрирането на препратки към популярни портали е от съществено значение. Работата с тези нови бизнес модели е

важен фактор за повишаване на конкурентоспособността и предоставяне на персонализирано изживяване. Дигиталната трансформация е ключова за конкурентоспособността на туристическите дестинации, изискваща гъвкави маркетингови и оперативни стратегии (Werthner & Ricci, 2004). В българската научна литература също е подчертана нарастващата роля на дигиталния маркетинг за успешно позициониране на туристическите продукти (Михов, 2018).

Добре изградените дигитални платформи не само улесняват достъпа до информация, но и активно ангажират местната общност, представяйки автентични местни продукти, занаяти и уникални преживявания, насърчавайки по-устойчив туризъм. Те създават положително въздействие върху местната икономика, стимулират създаването на нови работни места и икономически възможности, обогатявайки местните икономики и осигурявайки стабилна основа за устойчиво развитие на туризма. Дигиталните платформи също така популяризират устойчивия туризъм, разпространявайки информация за екологично отговорни практики и подкрепяйки местното културно наследство и производители (Buhalis & Sinarta, 2019; Рачева & Нешкова, 2021). Въпреки нарастващия обем от изследвания върху дигиталните платформи в туризма (Marine-Roig & Ferrer-Cerdà, 2011; Law et al., 2016), все още има нужда от по-задълбочени анализи на текущото състояние и ефективността на дигиталните туристически платформи на областно ниво, особено в контекста на устойчивия туризъм в българските региони.

Материали и методи

При изследването е приложен комбиниран подход, съчетаващ качествен и количествен анализ на данни, събрани от общински и туристически сайтове на туристически Район Варненско Черноморие. Количественият анализ включва преглед и ръчен табличен анализ, базиран на LDA модел. Данните за дигиталните платформи на общините са представени чрез два модела: Таблица 1: Наличие/Отсъствие, която отбелязва присъствието или липсата на конкретни туристически елементи с ✓ или ✗, и Таблица 2: Оценка на качество (0-3), която оценява основните функционални характеристики на туристическите сайтове по скала от 0 (липсваща функционалност) до 3 (отлична функционалност), обхващайки аспекти като информационна структура, пълнота, актуалност и езикова достъпност.

Качественият етап се фокусира върху структурата, разбираемостта и достъпността на текстовите данни за туристите, като анализира организацията и тематичното групиране на информацията, както и яснотата на формулировките. Оценяват

се достъпността, мобилността, интерактивността, актуалността и пълнотата на информацията, както и иновациите, включително използването на нови технологии. В крайна сметка, въз основа на анализа ще бъдат предложени конкретни политики и препоръки за подобряване на дигиталните платформи на общинско и областно ниво, с акцент върху онлайн комуникацията, мобилните приложения и интеграцията на нови технологии.

Резултати

Състоянието на дигиталните туристически платформи в българските области е динамично и се характеризира с нарастваща дигитализация, макар и с неравномерно развитие между отделните региони. Налице е разнообразие от платформи, вариращи от официални уебсайтове на общини и областни администрации до регионални туристически сдружения и частни инициативи. Тези платформи имат за цел да представят туристическия потенциал на съответните общини, предоставяйки информация за атракции, настаняване, транспорт, събития и услуги. По-развитите туристически региони разполагат с по-добре поддържани и функционални платформи, докато други общини и области полагат усилия за подобряване на своето онлайн присъствие в сферата на туризма.

Основните характеристики на тези дигитални платформи включват предоставянето на информация за туристически ресурси и наличието на многоезично съдържание, интерактивни карти и мултимедийни елементи. Някои платформи могат да предлагат и по-напреднали функционалности като виртуални турове и интеграция със социални медии, макар че възможностите за онлайн резервации на областно ниво може да са по-ограничени.

Въпреки наличието на отделни изследвания и инициативи, които разглеждат дигитализацията на туризма в България, все още липсва изчерпателен научен труд, който систематично да представя състоянието, характеристиките и типологията на дигиталните туристически платформи в българските общини и области. Необходимостта от задълбочени изследвания в тази област е очевидна, тъй като наличната информация все още не е обединена в единен анализ, който да осигури цялостна картина на състоянието на тези платформи в страната. Резултатите от настоящото изследване имат потенциала да допринесат значително за запълването на тази празнина, като използват предложената методология за систематично изследване и анализ на тези критични инструменти за регионалното туристическо развитие. Изследван е туристически Район Варненско

Черноморие, който е добре развит, характеризира се с голямо разнообразие в състоянието на общинско ниво.

- **Сравнителен и LDA анализ на туристическото съдържание в официалните сайтове на общините от Район Варненско Черноморие**

Таблица 1: Сравнителен и LDA анализ на туристическото съдържание в официалните сайтове на общините от туристически Район Варненско Черноморие

община	"туризъм" (меню)	културно-историческо наследство, музеи, събития, фестивали	природни забележителности	туристически обекти	спортен календар и събития	достъпност, дигитализация, онлайн услуги, мобилни приложения	препратка към туристически сайт
Аврен	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗
Аксаково	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗
Балчик	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Белослав	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Бяла	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✗
Варна	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Велики Преслав	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Ветрино	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗
Вълчи дол	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗
Генерал Тошево	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Девня	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗
Добрич	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Добрич - селска (Добричка)	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Долни чифлик	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗
Дългопол	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Каварна	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Каспичан	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Крушари	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Нови пазар	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Провадия	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Смядово	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗
Суворово	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Тервел	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Шабла	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Шумен	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗

Резултати от анализа на туристическото съдържание в официалните сайтове на общините от Район Варненско Черноморие

В общините, попадащи в туристически Район Варненско Черноморие, съществуват значителни различия в нивото на дигитализация и предоставеното съдържание. Варна, Велики Преслав, Балчик и Шабла се открояват с пълноценни туристически платформи, които включват основни раздели като културно-историческо наследство, музеи, събития и туристически обекти. Тези населени места също така предлагат добре структурирани и актуализирани платформи, които осигуряват пълен

достъп до информация за атракции, събития и настаняване. Те предлагат онлайн услуги и мобилни версии на сайтовете, което улеснява достъпа за туристите.

Въпреки това, други общини, като Девня, Долни чифлик, Вълчи дол и Суворово, показват сериозни пропуски. Много от тях не предлагат базови раздели като туризъм или природни забележителности, което ограничава възможността за привличане на туристи. Отсъствието на информация за важни туристически обекти и събития подчертава необходимостта от обновяване и подобрене на техните платформи.

Някои от по-малките общини, като Аксаково, Генерал Тошево, Каварна и Тервел, също имат добро съдържание, но липсата на мобилни приложения и интерактивни карти е ограничение, което затруднява използването на тези платформи от туристите. Това е особено важно в съвременната дигитална ера, когато мобилните технологии и лесният достъп до информация са от съществено значение за удовлетвореността на потребителите.

Пропуски в дигитализацията и онлайн услугите са особено изразени в общини като Девня, Смядово и Суворово, които не предлагат никакви мобилни решения, което поставя тези региони в неизгодна позиция спрямо по-дигитализираните общини. Някои общини, като Добрич и Добричка - селска (също така Белослав и Шумен), са успели да предложат добре структуриран сайт, но тяхната езикова достъпност и мобилна версия остават слаби или липсващи. Това затруднява привличането на международни туристи, които предпочитат да имат достъп до информация на повече от един език.

- **Анализ на функционалността на туристическите сайтове на общините от туристически Район Варненско Черноморие**

Повечето общини нямат самостоятелни туристически платформи и използват официалните общински уебстраници, като в тях е анализиран разделът „Туризъм“, ако е наличен. За изследването са приложени същите технически индикатори, които се използват и при специализираните туристически сайтове, с цел осигуряване на еднакви критерии за оценка на функционалността.

Резултати от анализа на функционалността на туристическите сайтове на общините от туристически Район Варненско Черноморие

Резултатите от анализа показват, че общини като Варна, Шумен, Аксаково и Балчик се открояват с високи оценки в почти всички категории, включително информационната структура и достъпност, пълнотата на съдържанието, актуалността на информацията и езиковата достъпност. Тези общини разполагат с добре организирани сайтове, които осигуряват на потребителите лесен достъп до актуална информация и

предлагат богат избор от туристически услуги. Варна например, като областен град, е лидер сред общините с най-висока оценка, като предлага пълна интеграция с мобилни приложения и активни социални мрежи, което значително улеснява взаимодействието с туристите.

Въпреки това, други общини като Девня, Долни Чифлик, Дългопол и Суворово показват сериозни пропуски във функционалността на своите сайтове. Те имат ниски оценки в ключови категории като мобилна версия, интерактивни карти на обекти и възможности за резервации. Липсата на мобилни версии и интеграция със социални мрежи значително затруднява достъпа на туристите до актуална информация и пречи на развитието на цифровото присъствие на тези общини.

Таблица 2: Анализ на функционалността на туристическите сайтове на общините от туристически Район Варненско Черноморие

община	информационна структура и достъпност	пълнота на туристическо съдържание	актуалност на информацията	езикова достъпност	категоризация (тематично групиране)	възможност за резервации	Информация за заведения за хранене	мобилна версия	интерактивна карта на обекти	социални мрежи	оценка	туристически сайт
Аврен	2	2	1	3	3	0	0	3	0	0	14	https://ethnoculture-avren.com/
Аксаково	3	3	3	1	3	2	2	3	3	0	23	https://visitaksakovo.com/
Балчик	3	3	2	0	2	0	0	3	1	0	14	-
Белослав	2	1	1	0	2	0	0	3	0	0	9	-
Бяла	3	3	3	0	3	3	3	3	0	0	21	https://gotobyala.com/
Варна	3	3	3	3	3	3	3	3	0	3	27	sit.varna.bg/
Велики Преслав	3	2	2	0	3	2	3	3	0	0	18	-
Ветрино	1	1	2	0	1	0	0	3	3	0	11	-
Вълчи дол	2	1	3	3	2	2	0	3	0	0	16	-
Генерал Тошево	2	2	3	0	2	0	0	3	3	0	15	-
Девня	1	1	2	0	1	0	0	3	0	0	8	-
Добрич	3	3	3	0	3	1	3	3	0	0	19	https://visitdobrich.com/
Добрич - селска (Добричка)	1	3	2	0	2	2	3	3	0	0	16	-
Долни чифлик	1	1	2	0	1	0	0	3	0	0	8	-
Дългопол	1	1	1	0	1	0	0	3	0	0	7	-
Каварна	2	1	3	0	2	0	0	3	0	1	12	-
Каспичан	2	2	2	0	2	2	0	3	0	0	13	-
Крушари	2	2	3	1	2	0	0	3	1	1	15	-
Нови пазар	3	3	3	1	3	2	0	3	0	0	18	-
Провадия	3	3	3	0	3	2	3	3	0	0	20	-
Смядово	1	1	2	1	1	1	0	3	0	0	10	-
Суворово	0	1	3	0	1	0	0	3	0	2	10	-
Тервел	1	2	3	1	2	0	0	3	0	0	12	-
Шабла	3	3	3	0	3	3	3	3	2	0	23	https://shabla.bg/
Шумен	3	3	3	0	3	3	3	3	2	3	26	https://visitshumen.com/

В някои общини като Шабла, Добрич, Генерал Тошево и Каварна съществуват добри примери за категоризация на съдържанието и предоставяне на информация за заведения за хранене и туристически обекти, но все още има липса на напълно развита мобилна версия или интеграция със социални мрежи, което ограничава тяхната функционалност и достъпност.

Някои общини, като Белослав и Смядово, имат сериозни пропуски в съдържанието и функционалността на своите сайтове, като не предлагат основни раздели, важни за туристите, като информация за заведения за хранене и мобилни версии. Това показва, че тези общини трябва да инвестира повече усилия в цифровизацията на своите платформи, за да могат да привлекат повече туристи.

В заключение, въпреки усилията на някои общини да осигурят пълноценни и актуализирани туристически платформи, много от тях все още срещат трудности в интегрирането на новите технологии и предоставянето на пълноценни дигитални услуги. Повечето общини с високи оценки са в състояние да предложат богат избор от услуги и да осигурят лесен достъп до тях чрез добре структурирани и мобилни версии на сайтовете си, докато по-малките общини трябва да обърнат внимание на подобряване на мобилната достъпност и актуализирането на съдържанието.

Препоръки

□ **Осигуряване на актуалност на информацията:** Необходимо е редовно обновяване на съдържанието на сайтовете, за да се гарантира, че информацията за туристическите атракции, събития и услуги е актуална и точна.

□ **Разширяване на езиковата достъпност:** За да се привлекат международни туристи, особено в по-малко популярните региони, е важно да се осигури съдържание на няколко езика, включително английски, за да се подобри привлекателността на сайта за глобалната аудитория.

□ **Интегриране на социални мрежи и мобилни приложения:** Общините, които все още не използват социални мрежи и мобилни приложения, трябва да обмислят тяхното внедряване като част от туристическата си стратегия. Това ще подобри взаимодействието с туристите и ще улесни тяхното ангажиране.

□ **Създаване на интерактивни карти и навигационни инструменти:** Разширяването на функционалността на сайтовете с интерактивни карти и навигационни инструменти ще улесни туристите при намирането на туристическите обекти и местни услуги, като ресторанти и магазини за сувенири.

□ **Развитие на образованието в сферата на дигиталния туризъм:** За да се подготвят нови кадри за управлението на дигитални туристически платформи, е важно да се инвестира в образователни програми, които да обучават специалисти в сферата на дигиталния маркетинг, управлението на онлайн съдържание и туристическите технологии. Създаването на специализирани курсове и академични програми в университетите ще подготви ново поколение професионалисти, които да се справят с новите предизвикателства в туристическата индустрия.

□ **Отваряне на нови работни места в дигиталния сектор:** Разширяването на дигитализацията на туристическите платформи в общините ще доведе до нуждата от нови работни места, свързани с поддръжката и развитието на тези сайтове. Това включва позиции като уеб разработчици, специалисти по дигитален маркетинг, мениджъри на социални мрежи и специалисти по съдържание. Създаването на такива работни места ще подкрепи местната икономика и ще осигури нови възможности за професионално развитие в регионите.

Заклучение

В заключение, дигитализацията на туристическите платформи в България е от съществено значение за развитието на туризма и конкурентоспособността на регионите. Въпреки напредъка в някои общини, все още съществуват значителни разлики в нивото на дигитализация и качеството на предоставената информация. Препоръчва се инвестиране в мобилни приложения, обновяване на съдържанието, разширяване на езиковата достъпност и осигуряване на по-добра интеграция на социални мрежи и нови технологии. Освен това, развитието на образованието в областта на дигиталния туризъм и създаването на нови работни места ще осигурят дългосрочен растеж за индустрията и ще стимулират икономическото развитие на регионите.

REFERENCES

- Buhalis, D., & Law, R. (2008). *Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of eTourism research*. Tourism Management.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). *Real-time marketing and social media: The role of digital platforms in tourism*. Journal of Hospitality and Tourism Technology.
- Chaudhery, M. I., & Maniktala, S. (2022). *Digital Platforms in Emerging Economies: Challenges and Opportunities in Tourism Development*. Journal of Digital Innovation.

Law, R., et al. (2016). *The impact of online travel agencies on the tourism industry*. Journal of Hospitality and Tourism Research.

Levchenko, A. (2022). *Barriers to digital integration in the tourism sector: A study of local tourism providers*. Journal of Tourism and Digital Transformation.

Marine-Roig, E., & Ferrer-Cerdà, J. (2011). *Social media and its impact on the choice of tourist destinations: A study on the effect of online reviews*. Journal of Tourism Research.

Mihov, G. (2018). *The role of digital marketing in promoting Bulgarian tourism*. Journal of Bulgarian Tourism Studies.

Pryamichkin, V., & Zemlyanskaya, L. (2024). *Digital Infrastructure in Tourism Development: Issues and Solutions in Underdeveloped Regions*. Tourism and Technology Journal.

Racheva, I., & Neshkova, V. (2021). *Digital Communication for Promoting Cultural Heritage: A Case Study in Bulgaria*. Journal of Cultural Tourism.

Rodionov, A., & Amirova, Z. (2023). *The Role of Digital Platforms in Enhancing the Competitiveness of Regional Tourism*. Tourism Development Review.

Rowe, T. D., & Dean, B. L. (2021). *The Impact of the Sharing Economy on Traditional Hospitality Models*. Journal of Modern Hospitality.

Werthner, H., & Ricci, F. (2004). *E-commerce and tourism: A relationship that makes sense*. Tourism Management.

Разглеждани интернет сайтове:

Официален сайт на община Аксаково, линк: <https://aksakovo.bg/>

Официален сайт на община Балчик, линк: <https://www.balchik.bg/>

Официален сайт на община Бяла, линк: <https://www.byala.org/>

Официален сайт на община Варна, линк: <https://www.varna.bg/>

Официален сайт на община Добрич, линк: <https://www.dobrich.bg/bg/>

Официален сайт на община Шабла, линк: <https://shabla.bg/>

Официален сайт на община Шумен, линк: <https://www.shumen.bg/>

Официален туристически портал на община Аксаково, линк: <https://visitaksakovo.com/>

Официален туристически портал на община Бяла, линк: <https://gotobyala.com/>

Официален туристически портал на община Варна, линк: <https://visit.varna.bg/>

Официален туристически портал на община Добрич, линк: <https://visitdobrich.bg/>

Официален туристически портал на община Шабла, линк: <https://shabla.be/>

Официален туристически портал на община Шумен, линк: <https://visitshumen.bg/>