

**University of agribusiness and rural development
Bulgaria**

Proceedings
of the International scientific and practical conference
“Bulgaria of regions”

Plovdiv, 2026

Proceedings of the International scientific and practical conference

BULGARIA OF REGIONS'2026

Conference topic:

Innovations for sustainable regional development

20 February 2026

University of agribusiness and rural development

Plovdiv, Bulgaria

Round table: *The Impact of Artificial Intelligence on Education, Economy and Society*

Moderator: Assoc. Prof. Dr. Valentina Marinova

Сборник доклади от Международна научно-практическа конференция

БЪЛГАРИЯ НА РЕГИОНИТЕ 2026

Тема на конференцията 2026:

„Иновации за устойчиво регионално развитие“

20 февруари 2026 г.

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

Кръгла маса: *„Въздействието на изкуствения интелект в сферата на образованието,
икономиката и обществото“*

Модератор: доц. д-р Валентина Маринова

Proceedings of the International scientific and practical conference
BULGARIA OF REGIONS'2026

*© Academic Publishing House „Talent”, Plovdiv, 2026
University of agribusiness and rural development, Bulgaria*

*© Академично издателство „Талант”, Пловдив, 2026
Висше училище по агробизнес и развитие на регионите, Пловдив*

<http://science.uard.bg/>

ISSN 2815-5262 (on-line)

Научен комитет на конференцията

Conference Scientific Committee

проф. д-р Яким Китанов, ВУАРП - Пловдив
проф. д-р Събин Събев, ВУАРП - Пловдив
проф. д-р Пламен Лаков, ВУАРП - Пловдив
проф. д-р Наталия Стоянова, ВУАРП - Пловдив
проф. д-р Красимир Левков, ВУАРП - Пловдив
проф. д-р Константин Цветков, ВУАРП - Пловдив
проф. д-р Ивалинка Пенчева, ВУАРП - Пловдив
проф. д-р Бисер Кръстев, ВУАРП - Пловдив
проф. д-р Александър Давчев, ВУАРП - Пловдив
проф. д.н. Пенчо Пенчев, ВУАРП - Пловдив
проф. д.н. Георги Георгиев, ВУАРП - Пловдив
проф. д.н. Божидар Хаджиев, ВУАРП - Пловдив
доц. д-р Теодора Илиева, ВУАРП - Пловдив
доц. д-р Светла Димитрова, ВУАРП - Пловдив
доц. д-р Петър Петков, ВУАРП - Пловдив
доц. д-р Красимир Асенов, ВУАРП - Пловдив
доц. д-р Екатерина Арабска, ВУАРП - Пловдив
доц. д-р Димитър Якимов, ВУАРП - Пловдив
доц. д-р Деян Хаджийски, ВУАРП - Пловдив
доц. д-р Делян Плачков, ВУАРП - Пловдив
доц. д-р Валентина Маринова, ВУАРП - Пловдив
Assoc. Prof. Tatiana Colesnicova, PhD, Associated Professor, Head of the Social Research and Standard of Living Department, National Institute for Economic Research, Academy of Economic Studies of Moldova
Assoc. Prof. Angela Timus, PhD, Associated Professor, Director of the National Institute for Economic Research, Academy of Economic Studies of Moldova
Prof. Alexandru Stratan, PhD Habilitat, Professor, Academician ASM, Rector of the Academy of Economic Studies of Moldova
Prof. Dr. Andrey Masykevich (BSMU, Ukraine)
Prof. Dr. Natalya Dobryanska (ONUT, Ukraine)
Prof. Dr. Hanna Sarkisian (ONUT, Ukraine)
Assoc. Prof. Dr. Sc Oliver Filiposki, Faculty of tourism and business logistics, University Goce Delcev, Stip - North Macedonia

Prof. Yakim Kitanov, PhD, UARD
Prof. Sabin Sabev, PhD, UARD
Prof. Plamen Lakov, PhD, UARD
Prof. Natalia Stoyanova, PhD, UARD
Prof. Krasimir Levkov, PhD, UARD
Prof. Kostantin Tsvetkov, PhD, UARD
Prof. Ivalinka Pencheva, PhD, UARD
Prof. Biser Krastev, PhD, UARD
Prof. Aleksandar Davchev, PhD, UARD
Prof. Pencho Penchev, D.Sc., UARD
Prof. Georgi Georgiev, D.Sc., UARD
Prof. Bozhidar Hadzhiev, D.Sc., UARD
Assoc. Prof. Teodora Ilieva, PhD, UARD
Assoc. Prof. Svetla Dimitrova, PhD, UARD
Assoc. Prof. Petar Petkov, PhD, UARD
Assoc. Prof. Krasimir Asenov, PhD, UARD
Assoc. Prof. Ekaterina Arabska, PhD, UARD
Assoc. Prof. Dimitar Yakimov, PhD, UARD
Assoc. Prof. Deyan Hadzhijiski, PhD, UARD
Assoc. Prof. Delyan Plachkov, PhD, UARD
Assoc. Prof. Valentina Marinova, PhD, UARD

Организационен комитет на конференцията

Conference Organizing Committee

доц. д-р Валентина Маринова
проф. д-р Пламен Лаков
гл. ас. д-р Весела Ангелова
гл. ас. д-р Диана Митева
ас. Цветелина Борисова
ас. Кристиан Неделчев
ас. Делян Димов
ас. Мария Мустакова
Vlada Colesnicova, PhD Student ASEM, Scientific Researcher, National Institute for Economic Research, Academy of Economic Studies of Moldova
Mihail Ciobanu, PhD Candidat ASEM, Scientific Researcher, National Institute for Economic Research, Academy of Economic Studies of Moldova
Svetlana Rusu, PhD, Scientific Researcher, National Institute for Economic Research, Academy of Economic Studies of Moldova
Prof. Dr.sc Dejan Metodijeski, Faculty of tourism and business logistics, University Goce Delcev, Stip - North Macedonia
Prof. Dr. Yury Masykevich (BSMU, Ukraine)
Olga Shepeleva, PhD (ONUT, Ukraine)

**Редактори на сборника
Proceedings’ Editors**

доц. д-р Димитър Якимов
проф. д-р Пламен Лаков
проф. д-р Яким Китанов
проф. д-р Бисер Кръстев
проф. д-р Красимир Левков

Assoc. Prof. Dimitar Yakimov, PhD
Prof. Plamen Lakov, PhD
Prof. Yakim Kitanov, PhD
Prof. Biser Krastev, PhD
Prof. Krasimir Levkov, PhD

**Рецензенти на сборника
Reviewers**

проф. д-р Наталия Стоянова
проф. д-р Александър Давчев

Prof. Natalia Stoyanova, PhD
Prof. Aleksandar Davchev, PhD

Секции „Регионално развитие, инвестиции и риск“ и „Икономика, регионални стратегии и мениджмънт“

Модератори: проф. д-р Пламен Лаков и доц. д-р Татяна Колесникова

Sections “Regional Development, Investment and Risk” and “Economy, Regional Strategies and Management”

Moderators: Prof. Dr. Plamen Lakov and Assoc. Prof. Dr. Tatyana Kolesnikova

Секции „Бизнес модели, устойчиво развитие и иновации“ и „Конкурентоспособност, предприемачество и потенциал за растеж“

Модератори: проф. д-р Красимир Левков, гл. ас. д-р Весела Ангелова, д-т Влада Колесникова

Sections “Business Models, Sustainable Development and Innovation” and “Competitiveness, Entrepreneurship and Growth Potential”

Moderators: Prof. Dr. Krasimir Levkov, Chief Assist. Prof. Dr. Vessela Angelova, Vlada Kolesnikova

Секции „Образование, заетост и социално включване“, „Човешки капитал, социално и културно развитие“, „Здраве, спорт, туризъм и медицина“ и „Информационни и комуникационни технологии“

Модератори: д-р Светлана Русу, д-р Михайл Чобану и ас. Мария Мустакова

Sections “Education, Employment and Social Inclusion”, “Human Capital, Social and Cultural Development”, “Health, Sports, Tourism and Medicine” and “Information and Communication Technologies”

Moderators: Dr. Svetlana Rusu, Dr. Mihail Chobanu and Assist. Prof. Maria Mustakova

International partners for moderating Conference Sessions:

1. COLESNICOVA Tatiana, PhD, Associated Professor, Head of the Social Research and Standard of Living Department, National Institute for Economic Research, Academy of Economic Studies of Moldova
2. RUSU Svetlana, PhD, Scientific Researcher, National Institute for Economic Research, Academy of Economic Studies of Moldova
3. COLESNICOVA Vlada, PhD Student ASEM, Scientific Researcher, National Institute for Economic Research, Academy of Economic Studies of Moldova
4. CIOBANU Mihail, PhD Candidat ASEM, Scientific Researcher, National Institute for Economic Research, Academy of Economic Studies of Moldova

СЪДЪРЖАНИЕ
CONTENTS

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF INTERNAL CONTROL SYSTEMS IN THE CONTEXT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND PROCESS AUTOMATION	13
Kiril Dimitrov	13
ОЦЕНКА НА ЕФЕКТИВНОСТТА НА СИСТЕМИТЕ ЗА ВЪТРЕШЕН КОНТРОЛ В УСЛОВИЯТА НА ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ И АВТОМАТИЗАЦИЯ НА ПРОЦЕСИТЕ	13
Кирил Димитров	13
MICROBIOLOGICAL INDICATION OF SURFACE WATERS OF THE DANUBE BASIN WITHIN THE CHERNIVTSI REGION (UKRAINE)	30
Yurij Masikevych, Andrii Masikevych, Ivan Burdeniuk.....	30
FROM CONFLICT TO COMMERCE: ANALYZING EU MODELS FOR UKRAINIAN TOURISM RESTORATION	38
Natalia Dobrianska, Margaryta Liganenko	38
DETERMINANTS OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE: EXPERT’S OPINION	43
Sergii Iaromenko.....	43
DIGITAL AND INSTITUTIONAL INSTRUMENTS FOR POVERTY REDUCTION	48
Mihail Ciobanu	48
EVALUATION OF PUBLIC POLICIES IN THE AGRICULTURAL SECTOR: IS THE VAT SCHEME FOR AGRICULTURAL PRODUCTS OPTIMAL?	56
Bajame Vosela, Rezear Kolaj, Denisa Cani	56
ANTI-COMPETITIVENESS AND SMART SPECIALIZATION: LEADERSHIP UNDER END-GAME-BEHAVIOR AND POLICY COSTS	62
Dorjana Kolaj, Vera Lazri, Rezear Kolaj	62
COMPARATIVE ANALYSIS OF DIGITAL QUALITY OF LIFE IN THE REPUBLIC OF BULGARIA AND THE REPUBLIC OF MOLDOVA	66
Tatiana Colesnicova, Plamen Lakov	66
FACTORS INFLUENCING INVESTMENTS ACTIVITY IN BULGARIAN FORESTRY	75
Konstantin Kolev, Nevena Shuleva, Maya Tsoklina, Valentina Marinova.....	75
ФАКТОРИ, ВЪЗДЕЙСТВАЩИ ВЪРХУ ИНВЕСТИЦИОННАТА АКТИВНОСТ В ГОРСКОТО СТОПАНСТВО НА БЪЛГАРИЯ	75
Константин Колев, Невена Шулева, Мая Цоклинова, Валентина Маринова	75
INTEGRATED TERRITORIAL INVESTMENTS AND THE ILLUSION OF BALANCED REGIONAL DEVELOPMENT IN BULGARIA	83
Yulivan Mollov	83
ИНТЕГРИРАНИ ТЕРИТОРИАЛНИ ИНВЕСТИЦИИ И ИЛЮЗИЯТА ЗА БАЛАНСИРАНО РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ В БЪЛГАРИЯ	83
Юлиян Моллов	83
REGIONAL DIFFERENCES IN THE UNIVERSITY NETWORK IN BULGARIA ACCORDING TO THE INDICATOR OF “INSTITUTIONAL INTENSITY”	102
Desislava Simeonova, Dimitar Simeonov.....	102

РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ НА УНИВЕРСИТЕТСКАТА МРЕЖА В БЪЛГАРИЯ СПОРЕД ПОКАЗАТЕЛЯ „УНИВЕРСИТЕТСКА ПЛЪТНОСТ“	102
Десислава Симеонова, Димитър Симеонов	102
ASSESSING THE REGIONAL CONSERVATION STATUS OF PLANT DIVERSITY: RESULTS FROM DIGIVALPGR PROJECT	115
Nikolaya Velcheva, Simona Cheperigova, Valko Neshev	115
LOCAL TAXES AND FEES AS A FINANCIAL AND LEGAL INSTRUMENT FOR THE IMPLEMENTATION OF REGIONAL DEVELOPMENT STRATEGIES	122
Atanas Kostadinov	122
МЕСТНИТЕ ДАЊЦИ И ТАКСИ КАТО ФИНАНСОВОПРАВЕН ИНСТРУМЕНТ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ НА СТРАТЕГИИТЕ ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ	123
Атанас Костадинов	123
APPLICATION OF MULTIFACTOR STATISTICAL STUDIES IN ECONOMICS	133
Raycho Minchev, Nadka Damyanova	133
ПРИЛАГАНЕ НА МНОГОФАКТОРНИ СТАТИСТИЧЕСКИ ИЗСЛЕДВАНИЯ В ИКОНОМИКАТА	133
Райчо Минчев, Надка Дамянова	133
THE ROLE OF STATISTICAL ANALYSIS IN THE ASSESSMENT OF HARMFUL EMISSIONS IN A GASOLINE ENGINE WITH A FAULTY AND REPLACED OXYGEN SENSOR	144
Raycho Minchev	144
РОЛЯТА НА СТАТИСТИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ В ОЦЕНКАТА НА ВРЕДНИТЕ ЕМИСИИ ПРИ БЕНЗИНОВ ДВИГАТЕЛ С ДЕФЕКТИРАЛ И ПОДМЕНЕН КИСЛОРОДЕН СЕНЗОР	144
Райчо Минчев	144
ON THE NEW REGIONAL DIVISION OF BULGARIA AND THE NEED FOR A COMPREHENSIVE REFORM OF THE ADMINISTRATIVE-TERRITORIAL ORGANIZATION OF THE COUNTRY	149
Krasimir Levkov, Plamen Lakov, Barish Ali	149
ЗА НОВОТО РЕГИОНАЛНО ДЕЛЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ И НЕОБХОДИМОСТТА ОТ ЦЯЛОСТНА РЕФОРМА НА АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРИТОРИАЛНОТО УСТРОЙСТВО НА СТРАНАТА	149
Красимир Левков, Пламен Лаков, Баръш Али	149
STRATEGIC PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURE AND RURAL AREAS FOR THE PERIOD 2023-2027: NEW OPPORTUNITIES FOR MUNICIPALITIES, BUSINESSES AND NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS /NGOS/	157
Valentina Marinova	157
СТРАТЕГИЧЕСКИ ПЛАН ЗА РАЗВИТИЕ НА ЗЕМЕДЕЛИЕТО И СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ ЗА ПЕРИОДА 2023-2027 Г.: НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОБЩИНИ, БИЗНЕС И НЕПРАВИТЕЛСТВЕНИ ОРГАНИЗАЦИИ /НПО/	157
Валентина Маринова	157
RISKS IN FINANCING INNOVATIVE ACTIVITIES IN THE AGRICULTURAL INDUSTRY	165
Natalia Stoyanova	165
РИСКОВЕ ПРИ ФИНАНСИРАНЕ НА ИНОВАЦИОННА ДЕЙНОСТ В АГРАРНИЯ ОТРАСЪЛ	165
Наталия Стоянова	165
THE DIALECTICS OF GLOBAL INTEGRATION: THREATS, OPPORTUNITIES, AND AI-DRIVEN TRANSITIONS IN THE REGIONAL DEVELOPMENT OF BULGARIA AND CEE	173
Stefani Georgieva, Antoni Georgiev, Georgi Ivanov, Tomislav Kaloferov	173

ECONOMIC DIMENSIONS OF THE ENERGY AND CLIMATE TRANSITION IN BULGARIA: REGIONAL CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT	178
Vesela Angelova.....	178
FORMATION OF INNOVATIVE DIRECTIONS, MECHANISMS, AND STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF NEW FORMATS OF DOMESTIC TOURISM	189
Natalia Dobrianska, Vira Lebedieva, Dmytro Tkachenko, Lada Salenko.....	189
SUSTAINABLE MARKETING AND GREENWASHING CHALLENGES	197
Nino Mamuladze.....	197
GREEN JOBS: TAX POLICY IN BULGARIA AND SPAIN	202
Isabel Dekioui Cuesta	202
GREEN MARKETING - FACTS AND MYTHS	205
Emanuela Esmerova.....	205
SOME ASPECTS OF DIRECT AND ONLINE MARKETING	211
Emanuela Esmerova.....	211
FINANCING LOW-CARBON TRANSITION IN THE EUROPEAN UNION: TRENDS AND PROSPECTS..	219
Anatolii Kucher, Adam Czajka	219
FROM CARBON COLONIALISM TO CARBON JUSTICE: SOCIAL SCIENCES FOR LOW-CARBON REGIONAL DEVELOPMENT	226
Stefani Georgieva, Antoni Georgiev	226
ANALYSIS OF THE COMMUNICATION POLICY OF LIDL BULGARIA	231
Maxim Popov.....	231
АНАЛИЗ НА КОМУНИКАЦИОННАТА ПОЛИТИКА НА LIDL БЪЛГАРИЯ	231
Максим Попов.....	231
DETERMINATION OF THE TARGET MARKET SEGMENT AND POSITIONING OF LIDL BULGARIA.	241
Maxim Popov.....	241
ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛЕВИЯ ПАЗАРЕН СЕГМЕНТ И ПОЗИЦИОНИРАНЕТО НА LIDL БЪЛГАРИЯ	241
.....	241
Максим Попов	241
SUSTAINABLE SUCCESSION IN FAMILY ENTERPRISES: A THEORETICAL INTEGRATION OF STAKEHOLDER CAPITALISM, ESG GOVERNANCE AND SUSTAINABLE FINANCE	248
Velizar Petrov.....	248
STARTUP ECOSYSTEMS AND GROWTH POTENTIAL	253
Petar Dzhandarmov.....	253
СТАРТЪП ЕКОСИСТЕМИ И ПОТЕНЦИАЛ ЗА РАСТЕЖ	253
Петър Джандармов	253
REGIONAL "LIVING" LABS - SCIENTIFIC RESEARCH AND INNOVATION IN A "QUADRUPLE HELIX"	258
.....	258
Ekaterina Arabska	258
РЕГИОНАЛНИТЕ „ЖИВИ“ ЛАБОРАТОРИИ – НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ И ИНОВАЦИИ В „ЧЕТВОРНА СПИРАЛА“	258
Екатерина Арабска	258

INNOVATIVE TOURISM PRODUCTS AS A FACTOR FOR SUSTAINABLE REGIONAL DEVELOPMENT IN BULGARIA	265
Nevena Lyaskova-Velikova.....	265
ИНОВАЦИОННИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ КАТО ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВО РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ В БЪЛГАРИЯ	265
Невена Ляскова-Великова	265
THEORETICAL ANALYSIS OF SUSTAINABILITY REPORTING	281
Diyan Velikov	281
ТЕОРЕТИЧЕН АНАЛИЗ НА ОТЧИТАНЕТО НА УСТОЙЧИВОСТТА	281
Диян Великов	281
PERMANENT MAGNETIC FIELD AND ITS EFFECT ON PLANTS	290
Teodora Ilieva-Pencheva, Dimitar Yakimov	290
ПОСТОЯННО МАГНИТНО ПОЛЕ И НЕГОВОТО ВЪЗДЕЙСТВИЕ ВЪРХУ РАСТЕНИЯТА	290
Теодора Илиева-Пенчева, Димитър Якимов.....	290
QUALITY SCHEMES IN EU AGRICULTURE: DEVELOPMENT AND POTENTIAL FOR BULGARIA	297
Anna Karova.....	297
BIOLOGICAL MONITORING AS AN INTEGRAL TOOL FOR ASSESSING ECOSYSTEM HEALTH IN BULGARIA	307
Alex Petkov, Teodora Ilieva-Pencheva	307
БИОЛОГИЧЕН МОНИТОРИНГ КАТО ИНТЕГРАЛЕН ИНСТРУМЕНТ ЗА ОЦЕНКА НА ЕКОСИСТЕМНОТО ЗДРАВЕ В БЪЛГАРИЯ	307
Алекс Петков, Теодора Илиева-Пенчева.....	307
PERSONS WITH DISABILITIES AND EMPLOYMENT IN EUROPE: IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL PRINCIPLES AND COMPARATIVE PERSPECTIVES	315
Svetlana Rusu	315
THE GEOPOLITICS OF RELIGION, MIGRATION, AND SUSTAINABILITY AT EU EXTERNAL BORDERS: ONTOLOGICAL SECURITY, BORDERING PRACTICES, AND GOVERNANCE CAPACITY	321
Bülent Şenay.....	321
GENDER DIFFERENCES AMONG NEET YOUTH IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: ECONOMIC AND SOCIAL CONSEQUENCES	326
Iulia Bejenaru.....	326
REGIONAL CULTURAL POLICY IN MODERN TOURISM	335
Tamriko Meskhia	335
DEVELOPMENT OF CREATIVE TOURISM FOR COMMUNITY SOCIAL ENGAGEMENT	340
Natalia Dobrianska, Svitlana Shekera.....	340
AGRITOURISM IN EASTERN EUROPE AND CENTRAL ASIA: EXAMPLES OF GOOD PRACTICES AND DEVELOPMENT DIRECTIONS	347
Svetlana Ceban	347
IMPLEMENTATION OF ITSM AS MODERN MANAGEMENT IN THE MEDICAL INDUSTRY	356
Vlada Colesnicova	356

EUROPEAN UNIVERSITY ALLIANCES: PRESENT AND FUTURE	362
Ekaterina Arabska	362
ЕВРОПЕЙСКИТЕ УНИВЕРСИТЕТСКИ АЛИАНСИ: НАСТОЯЩЕ И БЪДЕЩЕ	362
Екатерина Арабска	362
ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN EDUCATION AS A FACTOR FOR SUSTAINABLE REGIONAL DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH	368
Krastina Kuzeva	368
ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ В ОБРАЗОВАНИЕТО КАТО ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВО РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ И ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ	370
Кръстина Кузева	370
INNOVATIVE PEDAGOGICAL MODELS FOR DEVELOPING ENTREPRENEURIAL COMPETENCES IN SECONDARY EDUCATION	373
Stefan Georgiev Stefanov	373
ИНОВАЦИОННИ ПЕДАГОГИЧЕСКИ МОДЕЛИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ КОМПЕТЕНТНОСТИ В СРЕДНОТО ОБРАЗОВАНИЕ	374
Стефан Георгиев Стефанов	374
HOW CAN TEACHER-EXPERT COLLABORATION BE IMPROVED IN SECONDARY SCHOOL EDUCATION TO INCREASE STUDENT ENGAGEMENT AND SUBJECT CONTENT UNDERSTANDING?	381
Alex Zhelyazkov	381
STRUCTURED EXERCISES ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT FOR STUDENTS	390
Stela Stoyanova	390
СТРУКТУРНИ УПРАЖНЕНИЯ ПО УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ ЗА СТУДЕНТИ	390
Стела Стоянова	390
OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF CAMPING TOURISM IN NORTH MACEDONIA	394
Dejan Metodijeski, Oliver Filiposki, Yasmina Andreeva, Emilija Todorovic	394
BETWEEN INNOVATION AND FORMALISM: E-LEARNING AND DISTANCE EDUCATION IN BULGARIAN HIGHER EDUCATION	405
Delyan Plachkov	405
HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT	410
Emilia Milanova	410
РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕШКИЯ КАПИТАЛ	410
Емилия Миланова	410
OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF WINTER TOURISM IN THE TERRITORY OF THE SHUMEN PLATEAU NATURE PARK	415
Emanuil Georgiev, Ivalena Valcheva	415
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ЗИМЕН ТУРИЗЪМ НА ТЕРИТОРИЯТА НА ПП „ШУМЕНСКО ПЛАТО“	415
Емануил Георгиев, Ивалена Вълчева	415
NATURE OF INFORMATION SYSTEM	423
Konstantin Tsvetkov	423
СЪЩНОСТ НА ИНФОРМАЦИОННИТЕ СИСТЕМИ	423
Константин Цветков	423

GLOBAL NETWORKS AND THE DARK WEB AS A PLATFORM FOR THE DISSEMINATION OF BIOTERRORIST CAPACITY: FROM CYBERCRIME TO BIORISK AND NATIONAL SECURITY	428
Stefan Bankov, Radoslav Rangelov	428
ГЛОБАЛНИТЕ МРЕЖИ И DARK WEB КАТО ПЛАТФОРМА ЗА РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА БИОТЕРОРИСТИЧЕН КАПАЦИТЕТ: ОТ КИБЕРПРЕСТЪПНОСТ КЪМ БИОРИСК И НАЦИОНАЛНА СИГУРНОСТ	429
Стефан Банков, Радослав Рангелов	429
FROM TRANSHUMANISM TO “LONGEVITY HYPE”: ORGANELLIC KNOTS (MITOCHONDRIA AND GOLGI APPARATUS) IN THE EVOLUTION OF THE HUMAN LIFE EXTENSION PROJECT — A QUALITATIVE THEMATIC META-SYNTHESIS.....	434
Radoslav Rangelov, Stefan Bankov	434
ОТ ТРАНСХУМАНИЗЪМ КЪМ „LONGEVITY HYPE”: ОРГАНЕЛНИ ВЪЗЛИ (МИТОХОНДРИИ И АПАРАТ НА ГОЛДЖИ) В ЕВОЛЮЦИЯТА НА ЧОВЕШКИЯ ПРОЕКТ ЗА УДЪЛЖАВАНЕ НА ЖИВОТА — КАЧЕСТВЕН THEMATIC META-SYNTHESIS.....	435
Радослав Рангелов, Стефан Банков	435
KINESIOTHERAPEUTIC APPROACH TO ACHILLES TENDON RUPTURE - PRESENTATION OF A CLINICAL CASE.....	443
Maria Vakrilova-Becheva	443
КИНЕЗИТЕРАПЕВТИЧЕН ПОДХОД ПРИ РУПТУРА НА АХИЛЕСОВОТО СУХОЖИЛИЕ - ПРЕДСТАВЯНЕ НА КЛИНИЧЕН СЛУЧАЙ.....	444
Мария Вакрилова-Бечева	444
EDUCATION AND THE TOURISM BUSINESS – MODELS OF STRATEGIC INTERACTION IN THE CONTEXT OF DIGITAL AND GREEN TRANSFORMATION.....	451
Zlatka Grigorova.....	451
ОБРАЗОВАНИЕ И ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС – МОДЕЛИ НА СТРАТЕГИЧЕСКО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В УСЛОВИЯ НА ДИГИТАЛНА И ЗЕЛЕНА ТРАНСФОРМАЦИЯ.....	451
Златка Григорова	451

OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF CAMPING TOURISM IN NORTH MACEDONIA

Dejan Metodijeski, Oliver Filiposki

University Goce Delcev, Stip – North Macedonia

Yasmina Andreeva

St. Kliment Ohridski University, Sofia – Bulgaria

Emilija Todorovic

SUGS “Lazar Tanev”, Skopje – North Macedonia

Abstract: Camps have had a significant place in human history, serving as temporary settlements, recreational resorts, educational centers, and places for community bonding. Camping tourism is a form of tourism that encompasses activities related to tourists staying in camps. The subject of this paper is analysis of opportunities for development of camping tourism in North Macedonia. The paper presents review of relevant literature concerning camping tourism and camping tourism offer in the country. For the purpose of the paper, a research methodology and secondary data sources have been used by consulting relevant literature, studies, and official statistical data concerning the camping tourism in North Macedonia. An analysis and review of camping tourism in the country has been made, based on a systematic evaluation of the current offer of camping tourism offer using methodology of content analysis. Data analysis related to camp sites and camping tourism in the country are presented in tabular and descriptive form in the research. The research for this paper has shown that, in addition to the camping sites located in Ohrid lake region, the capacity and potentials for camping tourism development in the remaining part of the country is insufficiently used.

Keywords: camping, travel, tourism, North Macedonia.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КЪМПИНГ ТУРИЗЪМ В СЕВЕРНА МАКЕДОНИЯ

1. Въведение

Определение и развитие на къмпинг туризма

Терминът къмпинг туризъм е съставен от думите „камп (лагер)“ и „туризъм“. От една страна, терминът „лагер“ представлява акта на временно пребиваване сред природата, най-често във временни или мобилни съоръжения за настаняване (Jafari & Xiao, 2016). Къмпингуването може да бъде по различни причини, като например спорт и отдых, туризъм, образование, да се практикува индивидуално или в групи, семейства с приятели и др. Къмпингът е обезопасен терен с подходяща инфраструктура и с необходимите условия за престой на туристи със собствена или наета палатка или каравана, както и за паркиране на автомобили и предлагане на туристически услуги (Стамов & Алексиева, 2006). Къмпингът (на английски: Camping site) включва и място, където туристите разполагат или наемат, най-често временни или мобилни съоръжения за настаняване (Medlik, 2003). Туристите, които практикуват къмпингуване, се наричат къмпингари (Bateman et al., 2006). Известно е, че туризъмът представлява пътуване за отдых, ваканция, религиозни или бизнес цели. Синергията между къмпингуването и туризма води до създаването на термина „къмпинг туризъм“.

Терминът „къмпинг туризъм“ се отнася предимно до хора/туристи, които отседат заедно в къмпинг с други къмпингуващи. Къмпингите обикновено са разположени в живописна природна среда и могат да варират от луксозни търговски места с кафенета, ресторанти, детски площадки, организирани дейности, места за настаняване, безплатен Wi-Fi, басейни и аквапаркове до прости къмпинги, където туристите разполагат само с електричество и вода или просто с място за къмпингуване. Ключовите дейности в къмпинга включват релаксация и социализация, организирано разглеждане на забележителности, трекинг, колоездене и различни дейности извън територията на самия къмпинг (Jafari & Xiao, 2016).

Значителен сегмент, свързан с къмпинг туризма, е използването на палатки и каравани за къмпингуване. Палатката е подслон, временно жилище, което се поставя при различни теренни условия и може бързо да се сглобява и разглобява. Тя се използва широко в туризма, алпинизма, армията, а също и в научни експедиции. Палатката като форма на временно жилище има богата история. В миналото е била използвана от хора, които са пътували и са отседнали далеч от дома, например овчари, които са строили палатките си от кожи и груб плат. Кожените палатки са били използвани от армии като римската и от номадски племена. Също така, местните индианци в Северна Америка са използвали палатки като жилища. Днес, палатките се използват главно за туристически цели като къмпинг и туризъм, както и по време на фестивали и събития, организирани на открито. Други приложения на палатката са за военни цели, както и при извънредни и кризисни ситуации, по време на протестни събития и движения, стачки, използване от бездомни хора и др (Методијески et al., 2024).

Караваната е транспортно средство, теглено от моторно превозно средство, което не е предназначено за превоз на пътници или стоки и което има място за спане, хранене, тоалетна и др (Vukonic & Cavlek, 2001). Съществуват два основни вида каравани: ремарке (англ. Trailer) – където превозното средство е едно цяло, наричано още RV – превозно средство за отдих (англ. Recreational vehicle, RV) и ремарке за каравани, което автотуристът тегли с колата си.

В съответната научна литература има няколко разделения на къмпингите според различни критерии. Таблицата по-долу предоставя общ преглед на посоченото.

Таблица 1. Видове къмпинзи според различни критерии

Критерий	Видове къмпинги
Видове терени	Импровизиран къмпинг Домашен къмпинг Традиционен къмпинг
Продължителност на престоя	Къмпинг за почивка (пикник) Транзитни къмпинги
Местоположение	В туристически места, в селски къщи и др. Покрай път Покрай града
„Dress code“	Натуристически Текстилни
Цел на къмпинга	Спортни и къмпинги за отдих Образователни къмпинги Религиозни къмпинги Къмпинги за лица с увреждания

Източник: Методијески, Д., Филипоски, О., Тодоровиќ, Е., Цамбазовски, К., Тимовски, Р., Цуцулески, Н., Мицевски, М. (2024) Кампинг туризам. Скопје: Туристика.

Началото на къмпингуването датира от далечното минало и се свързва с времето, когато човекът е живял в пълна хармония с природата, пътувал и е завладявал нови пространства. Първите каравани и лагери са били неразделна част от човешките желания за пътуване и завладяване на нови хоризонти и култури, но също така и от нуждите за обмен на стоки от

страна на номадските търговци (Ангелкова Петкова & Ристова Маглоска, 2023). Освен това, по време на военни кампании, армиите са създавали лагери за военните. Развлекателното къмпингуване, каквото го познаваме днес, поставя началото си през втората половина на 19 век. Пионери в популяризирането на къмпингуването са Томас Хирам Холдинг от Англия и Уилям Хенри Харисън Мъри от САЩ, които публикуват книги за къмпингуването. Неправителствената организация Camping and Caravanning Club е създадена в Англия през 1901 г. и днес тя брои 300 000 членове (www.campingandcaravanningclub.co.uk). Къмпингуването като развлекателна дейност става популярно сред туристите от висшите социални класи в началото на 20 век. С течение на времето, къмпингуването придобива популярност и сред други социално-икономически класи (по-късно в някои страни поради относително ниската цена на къмпингуването). Съвременните къмпингуващи често посещават природни красоти, които са собственост на държавата, като национални паркове, защитени територии и търговски къмпинги. В няколко страни, като Швеция и Шотландия, къмпингуването е разрешено и на частни земи. Къмпингуването е ключова част от много младежки организации по света, като например скаутството, и чрез къмпингуването скаутите се учат на ориентиране в природата, самостоятелност и работа в екип. Скаутството е движение, което има за цел да допринесе за физическото, психическото и духовното развитие на младите хора, така че те да могат да играят конструктивна роля в обществото, като същевременно развиват уменията си за намиране на пътя сред природата. Световната организация на скаутското движение е създадена през 1922 г. и днес има над 43 милиона членове (www.scout.org). Международната федерация по къмпинг, караванинг и автокараванинг (FICC) е създадена през 1932 г., за да свързва къмпинг клубове и асоциации, да събира и обменя информация и да улеснява сътрудничеството между членовете. Днес тя има 67 клуба-членки от 38 страни по света (<https://ficc.org/en/organization/>). Европейска федерация на организациите на къмпинги и асоциациите на ваканционните паркове (EFCO&HPA) е континентална организация, създадена през 1978 г., като днес нейни членове са къмпинг асоциации от 23 европейски държави. Организацията е публикувала множество наръчници и публикации, свързани с къмпинг туризма в Европа, включително туристическа статистика (www.efcohpa.eu).

През последното десетилетие се наблюдават две основни тенденции в развитието на туристическите продукти, свързани с къмпинг туризма, а именно (Cerović, 2014):

- „7 RE-TRENDS“ - тенденция на връщане към ценностите на къмпингуването и
- „NEO CAMPING“ - тенденция на разработване на нови диференцирани видове къмпинг продукти, свързани с устойчивостта и прилагането на устойчиви практики в къмпинг туризма.

Таблица 2. 7 РЕ-ТРЕНДОВЕ на къмпинг туристически продукти

RE-TRENDS	Тълкуване
1. REJUVENATION	Подмладяване на къмпинг продукта, но също и на тялото и душата
2. REGENERATION	Регенерация на къмпинг оборудване и услуги, регенерация на тялото и душата
3. REFAMILYSATION	Къмпингуването като завръщане към семейството и семейната сплотеност
4. RECONNECTION	Къмпингуването като начин за възстановяване на връзките със семейството и приятелите
5. REDISCOVERING	Преоткриване на красотата и стойността на къмпингуването
6. RETURN TO NATURE	Къмпингуването като част от движението „Обратно към природата“
7. RETURN TO LUXURY	Завръщане към комфорта, алузия към историческите европейски пътешествия на богатите

Източник: Cerović, Z. (2014) Innovative management of camping accommodation. HORIZONS, 10(13), pp. 55-68.

Терминът „glamping“ (de Carvalho et al., 2020) е комбинация от думите glamorous гламурозен (бляскав) и camping (къмпинг). Терминът е сравнително нов и е добавен в Оксфордския английски речник през 2016 г. Глемпингът е форма на къмпингуване с различни удобства и в някои случаи услуги, предоставяни във висок клас съоръжения, които обикновено не се свързват с „традиционното“ къмпингуване. Глемпингът стана особено популярен сред туристите от 21-ви век, които търсят съвременни удобства, като Wi-Fi, заедно с бягството от ежедневието и приключенското отдихване на къмпингуването, в разнообразни възможности за настаняване, като бунгала, къщички на дървета и луксозни палатки (Craig & Karabas, 2021). Глемпингът се появява, защото много съвременни туристи, особено тези, които живеят в градовете и печелят високи доходи, избират да се насладят на почивката си на открито, с красиви пейзажи, за да освободят ума си, и удобно настанени да отпуснат телата си (Liberato et al., 2023). Глемпинг туризмът или елитното къмпингуване е иновативен вид къмпинг туризъм, т.е. комбинация от лукс и бляскаво къмпингуване (Gambaletta, 2019).

Въпреки че е недостатъчно проучена, историята на луксозното къмпингуване е доста дълга (Eremic, 2021). Луксозни палатки, наречени „geçmiş“ се използват още от периода на османските султани по време на военни кампании и пътувания. Цели екипи от военнослужещи пътували с армията, за да издигат и поддържат тези императорски палатки. Вероятно най-екстравагантният пример за луксозно къмпингуване в историята е Дипломатическата среща на върха, която се е състояла от 7 до 24 юни 1520 г. между Франциск I от Франция и Хенри VIII от Англия в Северна Франция. За нуждите на тази среща на върха са издигнати около 2800 луксозни палатки и павилиони, а на срещата е имало празненства, музика, забавления, рицарски битки и фонтани, от които е текло червено вино. Палатките са били украсени с коприна и злато, поради което това място е получило името си на английски: Field of the Cloth of Gold, на френски: Camp du Drap d'Or (Richardson, 2013).

През първата половина на 20-ти век, за висшите класи на Европа и Съединените щати, сафари пътуванията до Африка, където са могли да наблюдават и ловуват диви животни, са били много популярни. По време на тези пътувания хората са отседнали в лагери, които са били модерни и луксозно оборудвани с генератори за електричество, вани, кухни за приготвяне на храна и качествено вино.

Глемпингът съчетава луксозни удобства с красотата на престоя на открито. Той е привлекателен за туристите, които искат да останат сред природата, но се нуждаят от комфорт. Глемпингът като форма на почивка е доста популярен и поради тази причина дестинации по целия свят предлагат този вид почивка.

Таблица 3. Разлики между глемпинг и къмпинг

Глемпинг	Къмпинг
Глемпингът е вид луксозен къмпинг с услуги и удобства като удобно легло, електричество и водопровод.	Къмпингът е дейност на открито, която включва основно настаняване с палатки.
Предлага повече лукс и комфорт.	Основна инфраструктура – не е толкова удобна, колкото глемпинга.
Предлага безопасност и сигурност	Не е толкова безопасна, колкото глемпинга
Идеална за всякакви метеорологични условия	Зависи од временските условия
Включва съоръжения с електричество, самостоятелни бани, водопровод, помещения за хранене, удобни легла, интернет и др.	Включва основно настаняване, храна, която може да се приготви бързо и лесно, спални чували и др.
Струва по-скъпо	Струва по-малко

Източник: <https://pediaa.com/what-is-the-difference-between-glamping-and-camping/>

В Северна Македония, близо до град Скопие, има глемпинг настаняване в иглу, което предлага уникално преживяване за любителите на природата. В защитената зона Ясен, близо

до точката за наблюдение Козяк, има Grizzly Igloos, 4 частни места за настаняване в иглу на сред дивата природа (www.instagram.com/grizzlyigloos). Куполообразните къщи тип иглу са декорирани в модерен стил, с топла атмосфера, хамаци за релакс и предлагат настаняване за двама, с легло с изглед към небето и звездите. Самата тоалетна е с гледка към езерото Козяк, а туристите могат да се насладят на уникално преживяване от душ с пейзаж пред тях или къпане в гореща вана на открито. В допълнение към пасивната релаксация с уникална гледка, любителите на природата могат да се занимават и с дейности като конна езда, каяк и туризъм.

Търсене и предлагане на къмпинг туризъм

Къмпинг туризмът е сред доминиращите форми на туризъм в световен мащаб и в региони или страни като Северна Америка, Австралия, Нова Зеландия, Хърватия, Германия, Испания, Великобритания и Южна Африка. Смята се, че караванните паркове представляват втория по големина вид настаняване за местни туристи в Австралия, докато в Съединените щати има около 16 000 къмпинга. В България има 42 къмпинга, повече от половината от които са разположени на брега на Черно море (Naydenov et al., 2023).

Таблица 4. Брой къмпинги в избрани европейски страни (2016 г.)

Страна	Брой къмпинги	Страна	Брой къмпинги
Франция	8140	Австрия	607
Великобритания	5312	Чехия	510
Германия	2955	Дания	410
Нидерландия	2903	Белгия	346
Италия	2364	Гърция	309
Испания	1263	Полша	308
Швеция	1082	Унгария	256
Норвегия	825	Финландия	230
Хърватия	653	Португалия	214
Румъния	630	Исландия	201

Източник: Collective monograph (2018) Sustainable development and competitiveness of regions. Plovdiv: University of agribusiness and rural development.

Статистическите данни, свързани с къмпинг туризма в Европа, показват, че през 2017 г. в Европа е имало 28 400 къмпинга (<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20190613-1>). От тях по-голямата част (повече от две трети) се намират в четири страни: Франция, Обединеното кралство, Германия и Нидерландия. След това, според броя на къмпингите, следват държави като Италия, Испания, Швеция, Норвегия и Хърватия.

Най-съществената информация, свързана с къмпинг туризма в Европа за 2020 г., е следната (Harrer & Sporer, 2020):

- 53% от туристите къмпингуват на Средиземно море, 27% от туристите в Северна Европа и 20% на близки езера.

- Най-голям брой туристи или 76% са под 50-годишна възраст.

- Има разлики между желанията и нуждите на къмпингуващите туристи от различните страни, но основните мотиви за къмпингуване са релакс, почивка със семейството и приятелите и близостта до природата.

- Основните разходи на турист в къмпинга на дневна база са 11,5 евро, а за допълнителни дейности извън къмпинга 30,3 евро на дневна база.

- 416,3 милиона нощувки от къмпингуващи туристи и 17,4 милиарда евро преки разходи, направени от туристите в къмпингите. Допълнителни 5,9 милиарда евро за разходи, направени от туристите извън къмпингите. 31,5 милиарда евро за закупуване и поддръжка на

превозни средства за отдих. Очакваната стойност на къмпинг туризма в Европа е 54,8 милиарда евро.

Къмпинг туризмът е глобално явление, което нараства по значение и същевременно претърпява значителни промени в съдържанието си (Rogerson & Rogerson, 2020). Това се дължи предимно на промените в туристическите предпочитания. Именно тези туристически нужди и мотиви са изследвани от редица автори като: Triantafyllidou & Siomkos, 2013; Gogo, 2014; Milohnic & Cvelic Bonifacic, 2015; Mikulic, Prebežac, Šeric & Krešic, 2017; Van Heerden, 2020; Cegur Radovic, Loncaric & Cvelic Bonifacic, 2021; Dođantan, Stević & Karamaša, 2022; Dai & Zhang, 2024; и други.

Споменатото по-горе изследване показва, че през последните десетилетия е настъпила промяна в мотивите на къмпингуващите. Най-често тези мотиви включват бягство, природа, общуване, учене, социализация и др. Днес къмпингуващите са туристи, за които престоят в къмпинга е „лайфстайл“, тоест начин на живот. Те са образовани, финансово заможни и решават да къмпингуват поради:

- Свобода на решение (къде, кога да отидат и колко дълго да останат), свобода на избор (най-голям брой къмпингуващи туристи все още идват без резервация) и свобода на поведение (няма задължителен предварително определен дневен ред);
- Преживявания (приключения, нови преживявания, нови емоции, социализиране и живот с хора със сходни интереси);
- Промени (живот, различен от ежедневието, повърхностност, свободно време и релаксация);
- Природа (звездно небе, пеперуди, мирис на трева, звукът на пращящи дърва в огъня, морските вълни);
- Простота (комуникация, приятелство, нестандартност и междуличностни отношения).

Ролята на транспортните средства в развитието на къмпинг туризма е от голямо значение. Таблицата по-долу предоставя общ преглед на избрани европейски страни и броя на превозните средства за отдих.

Таблица 5. Брой превозни средства за отдих в избрани европейски страни

Страна	Ремаркета	Каравани	Общо
Германия	589.355	698.596	1.287.951
Франция	524.800	540.000	1.064.800
Италия	234.400	65.000	299.400
Великобритания	225.000	555.000	780.000
Холандия	127.181	429.299	556.480
Швеция	104.221	285.701	389.922
Испания	70.000	230.000	300.000
Швейцария	64.904	35.587	100.491
Белгия	59.060	40.784	99.844
Финландия	58.461	66.519	124.980
Норвегия	51.739	122.022	173.761
Австрия	30.136	39.154	69.290
Дания	10.152	124.399	134.551
Португалия	10.000	18.000	28.000
Словения	5.870	6.329	12.199
Общо	2.165.279	3.256.390	5.421.669

Източник: Harrer, B., Sporer, M. (2020) Economic factor of tourism camping in selected European countries. Dwif-Consulting GmbH.

В 15-те европейски държави, показани в таблицата по-горе, туристите разполагат с 5 421 669 превозни средства за отдых, от които 2 165 279 са ремаркета и 3 256 390 са каравани. Германия има най-много превозни средства за отдых, следвана от Франция, Великобритания, Нидерландия, Швеция и др.

2. Материал и методи

Предмет на тази статия е анализ на възможностите за развитие на къмпинг туризъм в Северна Македония. Статията представя преглед на съответната литература относно къмпинг туризма и предлагането на къмпинг туризъм в страната. За целите на статията са използвани изследователска методология и вторични източници на данни чрез консултации със съответна литература, проучвания и официални статистически данни относно къмпинг туризма в Северна Македония. Направен е анализ и преглед на къмпинг туризма в страната, базиран на систематична оценка на текущото предлагане на къмпинг туризъм, използвайки методология за анализ на съдържанието. Анализът на данните, свързани с къмпингите и къмпинг туризма в страната, е представен в таблична и описателна форма в изследването.

3. Резултати и дискусия

Състояние и потенциал за развитие на къмпинг туризъм в Северна Македония

Без съмнение феноменът, наречен туризъм, и икономическите ползи, които произтичат от него, показват тяхното влияние както в световен мащаб, така и в Република Северна Македония. Дейностите, предприети от съответните институции, свързани с туризма, като Министерството на икономиката (сектор „Туризъм и хотелиерство“) и Агенцията за насърчаване и подкрепа на туризма, която като държавен орган преминава в новосъздаденото Министерство на културата и туризма през 2024 г., с цел създаване на положителни условия за туризъм в страната, са един от ключовите фактори за развитието на този отрасъл на икономиката през изминалия период. През последните години страната наблюдава постоянно увеличение на броя на туристите и нощувките, тенденция, която бе спряла поради кризата с COVID-19, но продължава и след преодоляването ѝ. Основният правен регламент, който регулира развитието на къмпинг туризма в Северна Македония, е Законът за къмпингите (Закон за автокампови, 2013). Законът за къмпингите урежда начина и реда за създаване на къмпинг, реда за отчуждаване на строителна земя, предназначена за къмпинг, условията, които трябва да бъдат изпълнени от ползвателите на къмпинги, както и други въпроси, свързани с къмпингите. В страната има Наредба за класификация на къмпингите, която обхваща критериите за класификация на къмпингите (Правилник за условията за категоризация на автокампови, 2014). Критериите за класификация на къмпингите са разделени на две области: разположение и оборудване, и услуги. Категориите на къмпингите са обозначени с редица звезди от една до четири. В момента се подготвя ново правно решение, свързано с регулирането на къмпингите в страната.

Таблица 6. Пристигания на туристи и нощувки в къмпинги в Северна Македония

Год.	Нощувки	Домашни	Чуждестранни	Пристигания	Домашни	Чуждестранни
2020	53965	52862	1103	13582	13254	328
2021	51449	46824	4625	16138	14147	1991
2022	33118	27972	5146	10763	8247	2516
2023	34397	28798	5599	10861	8307	2554
2024	25901	22028	3873	8966	6905	2061

Източник: <https://www.stat.gov.mk/>

От таблицата по-горе може да се види, че в къмпингите в Северна Македония през 2024 г. са реализирани общо 8966 туристически посещения, от които 6905 са местни туристи и 2061 са чуждестранни туристи.

Броят на нощувките в къмпингите в Северна Македония през 2024 г. е 25901, от които 22028 са нощувки на местни туристи и 3873 са нощувки на чуждестранни туристи.

Таблица 7. Капацитет за настаняване в къмпинги в Северна Македония

2020		2021		2022		2023		2024	
Стаи	Легла	Стаи	Легла	Стаи	Легла	Стаи	Легла	Стаи	Легла
2889	8895	2889	8895	2815	8675	2815	8675	1516	4876

Източник: <https://www.stat.gov.mk/>

От таблицата по-горе може да се отбележи, че къмпингите в Северна Македония през 2024 г. разполагат с 1516 стаи и 4876 легла.

Съгласно законодателството на страната, Държавната агенция за насърчаване и подкрепа на туризма е отговорна за поддържането на регистър на категоризираните къмпинги на национално ниво. Към момента на писане на тази статия, такъв регистър не беше на разположение на авторите (Агенцията като държавен орган се прехвърля към новосъздаденото Министерство на културата и туризма през 2024 г.), така че поради тази причина, при анализа на предлагането на къмпинги в страната, ще бъдат използвани официалните уебсайтове, от които е получена информация за къмпингите в страната.

Таблица 8. Предлагане на къмпинги в страната на официални уебсайтове

Уебсайт	Къмпинги
booking.com	Къмпинг Градище (Охрид) и Вее apartment във Вратница (Тетово).
kajak.mk	Къмпинг Скаут (Охрид), Автокъмпинг Любанища (Охрид), Къмпинг на река Треска (Долна Матка, Скопие), Апартамент в Автокъмпинг Крани (Ресен) и Бунгала в Автокъмпинг на езерото Преспа (Ресен).
zk.mk	Автокъмпинг Крани (Ресен), Автокъмпинг Европа 2002 (Ресен), Речен къмпинг Саламандер (Скопие), Автокъмпинг Партизан (Дойран), Автокъмпинг Извидник (Дойран), Мотокъмпинг Юго (Гевгели), Военен Къмпинг Св.Наум (Охрид), Автокъмпинг Любанища (Охрид), Автокъмпинг Градище (Охрид), Автокъмпинг Елешец (Охрид), Кампер Стоп (Охрид), Автокъмпинг Ас (Струга), Къмпинг Рено (Струга), Ламп Скаут (Струга), Къмпинг Лейк Сайд (Струга), Автокъмпинг Сънрайз (Струга) и Автокъмпинг Ливадище (Струга).
camping.info	Camping Rino, Camping SCOUT, Camping LakeSide, Camping Sunrise, Camping LIRA, Autocamp AS во Струга, Autokamp Gradishte, Camping Ljubanista, Grebnos RV Park / Camping в Охрид, Rock Land Camp в Демир Капия, Camping Krani в Ресен, Camping Bellevue, River Camp Matka - Salamander и Sport Airfield Stenkovec campground в Скопие.

При търсене в booking.com, две места за къмпинг се показват като оферти в страната: Къмпинг Градище в Охрид и апартамент „Пчела“ във Вратница (Тетово).

При търсене в kajak.mk, пет места за къмпинг се показват като оферти в страната: Скаутски лагер в Охрид, Автокъмпинг Любанища в Охрид, Къмпинг на река Треска (Долна Матка, Скопие), Апартамент в Автокъмпинг Крани и Бунгала в Автокъмпинг на езерото Преспа.

При търсене в уебсайта на Golden Book zk.mk/kampovi, 17 места за къмпинг се появяват като оферти в страната, а именно: Автокъмпинг Крани (Ресен), Автокъмпинг Европа 2002 (Ресен), Речен къмпинг Саламандър (Скопие), Автокъмпинг Партизан (Дойран), Автокъмпинг

Извидник (Дойран), Мотокъмпинг Юго (Гевгели), Военен къмпинг „Васко Карангелески“ - Св. Наум (Охрид), Автокъмпинг Любанища (Охрид), Автокъмпинг Градище (Охрид), Автокъмпинг Елещец (Охрид), Кемпер Стоп (Охрид), Автокъмпинг Ас (Струга), Къмпинг Рено (Струга), Къмпинг Скаут (Струга), Къмпинг Лейк Саид (Струга), Автокъмпинг Сънрайз (Струга) и Автокъмпинг Ливадище (Струга). От тези места 6 къмпинга се намират в Струга, 5 в Охрид, 2 в Дойран, 2 в Ресен и по един къмпинг в Скопие и Гевгелия.

При търсене в уебсайта camping.info, 14 къмпинга се появяват като оферти в страната: Camping Rino, Camping SCOUT, Camping LakeSide, Camping Sunrise, Camping LIRA, Autocamp AS в Струга, Autokamp Gradiste, Camping Ljubanista, Grebnos RV Park / Camping в Охрид, Rock Land Camp в Демир Капия, Camping Krani в Ресен, Camping Bellevue, River Camp Matka - Salamander и къмпинг Sport Airfield Stenkovec в Скопие. От тези локации, 6 къмпинга се намират в Струга, 3 в Охрид, 3 в Скопие и по един къмпинг в Демир Капия и Ресен.

Заклучение

Терминът „къмпинг туризъм“ се отнася до хора/туристи, които отседат заедно в къмпинг с други къмпингуващи. Къмпингите обикновено са разположени в живописна природна среда и могат да варират от луксозни търговски локации с кафенета, ресторанти, детски площадки, организирани дейности, места за настаняване, безплатен Wi-Fi, басейни и аквапаркове до прости къмпинги, където туристите разполагат само с електричество и вода или просто с място за къмпингуване. Ключовите дейности в къмпинга включват релаксация и социализация в рамките на къмпинга и организирано разглеждане на забележителности, трекинг, колоездене и различни дейности извън територията на къмпинга. Значителен сегмент, свързан с къмпинг туризма, е използването на палатки и каравани за къмпингуване. В съответната научна литература има няколко разделения на къмпингите според различни критерии. Началото на къмпингуването датира от далечното минало и се свързва с времето, когато човекът е живял в пълна хармония с природата, пътувал и е завладявал нови пространства. Рекреационното къмпингуване, каквото го познаваме днес, започва през втората половина на 19 век. През последното десетилетие се наблюдават няколко тенденции в развитието на туристическите продукти, свързани с къмпинг туризъм, както и появата на глемпинг туризъм. Наблюдава се промяна в мотивите на къмпингуващите, като най-често тези мотиви включват бягство, природа, общуване, учене, социализация и др. Статистиката, свързана с къмпинг туризма в Европа, показва, че през 2017 г. в Европа е имало 28 400 къмпинга. Очакваната стойност на къмпинг туризма в Европа е 54,8 милиарда евро. Основният правен регламент, който регулира развитието на къмпинг туризма в Северна Македония, е Законът за къмпингите. Страната има Наредба за категоризация на къмпингите, която включва критериите за категоризиране на къмпингите. Къмпингите в Северна Македония през 2024 г. са реализирали общо 8966 туристически посещения, от които 6905 са местни туристи, а 2061 са чуждестранни туристи. Реализираните нощувки в къмпингите в Северна Македония през 2024 г. са 25901, от които 22028 са нощувки на местни туристи, а 3873 са нощувки на чуждестранни туристи. Къмпингите в Северна Македония през 2024 г. са разполагали с 1516 стаи и 4876 легла. Анализът на уебсайтове, съдържащи предложения за къмпинг туризъм в Северна Македония, показва, че повечето от тези къмпинги са разположени в района на Охридското езеро и оставащият потенциал за развитие на този вид туризъм в страната не е използван достатъчно. Анализът, проведен за нуждите на тази статия, показва, че малка част от къмпингите в страната разполагат с модерно предложение и официални уебсайтове. Отбелязваме също така лошо инфраструктурно разположение и развитие на местата за къмпингуване. Като потенциал за развитие на къмпинг туризъм в страната посочваме къмпингуването сред природата като форма на селски туризъм; летни и образователни лагери, свързани с младежкия сегмент; организиране на музикални събития в къмпингите; къмпинги като един от най-важните рецептивни ресурси за развитие на спортен туризъм; организиране

на културни лагери и колонии; и къмпинги като значителен ресурс за развитие на активен туризъм.

Литература

1. Bateman, H., Harris, E., McAdam, K. (2006) Dictionary of Leisure, Travel and Tourism. London: A & C Black Publishers Ltd.
2. Cegur Radovic, T., Loncaric, D., Cvelic Bonifacic, J. (2021) Camping tourism experience, satisfaction and loyalty: An empirical study from Croatia. ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe, 6, pp. 817-834.
3. Cerović, Z. (2014) Innovative management of camping accommodation. HORIZONS, 10(13), pp. 55-68.
4. Collective monograph (2018) Sustainable development and competitiveness of regions. Plovdiv: University of agribusiness and rural development.
5. Craig, C. A., Karabas, I. (2021) Glamping after the coronavirus pandemic. Tourism and Hospitality Research, 21(2), pp.251-256.
6. Dai, X., Zhang, Q. (2024) Optimizing Spatial Layout of Campsites for Self-Driving Tours in Xinjiang: A Study Based on Online Travel Blog Data. Sustainability, 16, 4176.
7. de Carvalho, J., Rocha, A., Liberato, P., Peña, A. (2020) Advances in Tourism, Technology and Systems (208): Selected Papers from ICOTTS20, Vol. 1. Springer.
8. Dođantan, E., Stević, Z., Karamaša, C. (2022) Determination of short-term trailer park amenities using a fuzzy method. European Journal of Tourism Research, 31, 3106.
9. Eremic, G. (2021) Novi trendovi kamping turizma - Glamping i obiteljski kampovi. GEOADRIA, 26(1), pp. 59-82.
10. Gambaletta, D. (2019) Glamping kao dio turističke ponude. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
11. Gogo, A. (2014) Factors determining tourists' choice of campsite accommodation. Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publishing.
12. Harrer, B., Sporer, M. (2020) Economic factor of tourism camping in selected European countries. Dwif-Consulting GmbH.
13. Jafari, J., Xiao, H. (2016) Encyclopedia of tourism. Cham: Springer.
14. Liberato, P., Coelho, J., Liberato, D. (2023) Attributes associated with the glamping concept: An empirical study. Journal of Tourism & Development, 40, pp.9-21.
15. Medlik, S. (2003) Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Oxford: Butterworth-Heinemann.
16. Mikulic, J., Prebežac, D., Šeric, M., Krešic, D. (2017) Campsite choice and the camping tourism experience: Investigating decisive campsite attributes using relevance-determinance analysis. Tourism Management, 59, pp.226-233.
17. Milohnic, I., Cvelic Bonifacic, J. (2015) Sustainable Camping Management: A Comparative Analysis between Campsites and Hotels in Croatia. ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe, 3, pp. 211-222.
18. Naydenov, A., Naumov, N., Varadzhakova, D. (2023) Camping tourism in Bulgaria: A time-series analysis of tourist demand. Geographia Polonica, 96(3), pp. 361-380.
19. Richardson, G. (2013) The Field of Cloth of Gold London: Yale University Press.
20. Rogerson, C., Rogerson, J. (2020) Camping tourism: A review of recent international scholarship. GeoJournal of Tourism and Geosites, 28(1), pp.349-359.
21. Triantafillidou, A., Siomkos, G. (2013) Summer camping: An extraordinary, nostalgic, and interpersonal experience. Journal of Vacation Marketing, 19(3), pp. 197-208.
22. Van Heerden, C.H. (2020) Motivation and Involvement in Camping – a Gender Perspective. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Volume 9(1) – Article 79.
23. Vukonic, B., Cavlek N. (2001) Rjecnik turizma. Zagreb: Massmedia.

24. Ангелкова Петкова, Т., Ристова Маглоска, Ц. (2023) Специфични видови на туризам. Штип: УГД.
25. Закон за автокампови (2013) Службен весник, бр. 13.
26. Методијески, Д., Филипоски, О., Тодоровиќ, Е., Џамбазовски, К., Тимовски, Р., Цуцулески, Н., Мицевски, М. (2024) Кампинг туризам. Скопје: Туристика.
27. Правилник за условите за категоризација на автокампови (2014) Службен весник, бр. 148.
28. Стамов, С., Алексиева, Ѓ. (2006) Хотелиерство. Пловдив: Кота.

Proceedings of the International scientific and practical conference

BULGARIA OF REGIONS'2026

<http://science.uard.bg/>