



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО
СТОПАНСТВО
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА НА ТУРИЗМА“



РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИТЕ ПУБЛИКАЦИИ

на ас. д-р Вероника Владимирова Денизова,
катедра „Икономика на туризма“,
факултет „Икономика на инфраструктурата“

Кандидат в конкурс за заемане на академичната длъжност „главен асистент“
по професионално направление **3.8. Икономика, научна специалност**
„Икономика и управление (основи на туризма)“, обнародван в ДВ, бр. 3 от
09.01.2026 г.



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО
СТОПАНСТВО
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА НА ТУРИЗМА“



ABSTRACTS OF SCIENTIFIC PUBLICATIONS
of assistant Veronika Vladimirova Denizova, PhD,
Department “Economics of Tourism”,
Faculty “Economics of Infrastructure”

A candidate for the announced competition to occupy an academic position “chief assistant lecturer” in the professional direction **3.8. Economics, scientific specialty “Economics and management (tourism basics)”**, published in Official gazette, Issue no. 3/09.01.2026.

1. Denizova, V. (2024). Fostering Cultural Connection and Sustainability in Modern Hotel Design. Недвижими имоти и бизнес, Том VIII (3) (Real Estate Property & Business, Vol. 8, Issue 3), pp. 162-172. ISSN (Print) - 2603-2759; ISSN (Online)-2603-2767. CEEOL - <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1303179>

Резюме: Архитектурата и дизайнът на съвременните хотели се простират отвъд естетиката и могат да играят решаваща роля в отразяването и почитането на местната култура на приемащите дестинации. Те могат да служат като средство за запазване на местната култура, като същевременно подкрепят развитието на устойчив туризъм. Тази публикация изследва примери за това как различни хотели включват елементи от местната култура, начин на живот и околна среда в своята архитектура, озеленяване, интериорен и екстериорен дизайн. Чрез разглеждане на казуси на такива хотели става ясно, че някои бизнеси избират да дадат приоритет на автентичността и културното потапяне, предлагайки на гостите по-дълбока връзка с местата, които посещават. В днешния туристически пейзаж пътуващите търсят повече от просто комфортно настаняване, те копнеят за смислени преживявания, които им позволяват да се ангажират и да разберат местната култура. В резултат на това хотелите се отдалечават от стандартизираните подходи и вместо това възприемат уникалните характеристики на всяка дестинация. Тази промяна не само подобрява преживяването на гостите, но и насърчава чувството на уважение и признателност към местните общности, в съответствие с принципите на устойчивото развитие. Чрез интегрирането на местни елементи в своя дизайн и дейност, хотелите могат да допринесат за почитането на културното наследство, като същевременно се възползват от повишена удовлетвореност и лоялност на гостите. За да се улесни тази връзка с местната култура, настоящата публикация предоставя препоръки за хотели, които се стремят да подобрят своя дизайн и предложения. Те включват стратегии като сътрудничество с местни художници, включване на местни материали, провеждане на занаятчийски базари и предоставяне на автентични културни и кулинарни преживявания. Чрез прилагането на тези препоръки, хотелите могат да създадат среда, която наистина възлъщава духа и същността на техните дестинации, обогатявайки цялостното преживяване за гостите, като същевременно допринасят за жизнеността на местните общности.

Ключови думи: гостоприемство; местна култура; устойчивост; дизайн на хотела; автентичност

Abstract: The architecture and design of modern hotels extends beyond aesthetics and can play a crucial role in reflecting and honoring the local culture of host destinations. It can serve as a means for preserving the local culture while simultaneously supporting sustainable tourism development. This research paper explores examples of how various hotels incorporate elements

of local culture, lifestyle, and environment into their architecture, landscaping interior and exterior design. By examining case studies of such hotels, it becomes evident that some businesses choose to prioritize authenticity and immersion, offering guests a deeper connection to the places they visit. In today's tourism landscape, travelers seek more than just comfortable accommodations, they yearn for meaningful experiences that allow them to engage with and understand the local culture. As a result, hotels are moving away from standardized approaches and instead embracing the unique characteristics of each destination. This shift not only enhances the guest experience but also fosters a sense of respect and appreciation for local communities, aligning with principles of sustainable development. By integrating local elements into their design and operations hotels can contribute to the celebration of cultural heritage while also benefiting from increased guest satisfaction and loyalty. To facilitate this connection with local culture, this publication provides recommendations for hotels seeking to enhance their design and offerings. These include strategies such as collaborating with local artists, incorporating indigenous materials, hosting crafts fairs and providing authentic cultural and culinary experiences. By implementing these recommendations, hotels can create environments that truly embody the spirit and essence of their destinations, enriching the overall travel experience for guests while also contributing to the vitality of local communities.

Keywords: Hospitality; Local culture; Sustainability; Hotel design; Authenticity

2. Денизова, В. (2025) Туризм за всички: дигитални решения за подобряване на достъпността в туризма. Научни трудове на УНСС (4) 2025, Академично издателство УНСС.

ISSN (online): 2534-8957; ISSN (print): 0861-9344;

DOI: <https://doi.org/10.37075/RP.2025.4.06>

CEEOL - <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1395496>

***Резюме:** Иновативните съвременни технологии предоставят на хората с различни увреждания по-широки възможности за планиране, резервиране и осъществяване на туристически пътувания и дейности. В настоящата публикация са анализирани технологични и дигитални решения, които подпомагат достъпния туризъм. Трудът подчертава значението на технологиите като решаващ елемент от подобряването на достъпността на дестинациите и предоставя поглед върху успешните практики при улесняването на достъпа до туристически дейности за хората с увреждания. Особено внимание е обърнато на мобилните приложения, онлайн платформите, изкуствения интелект (AI), виртуалната и добавената реалност (VR и AR) и Интернет на нещата (IoT), които предоставят персонализирани и достъпни решения за туристите с различни потребности. Застъпена е тезата, че за да бъде постигната ефективна достъпност, е необходим интегриран подход, включващ дигитални иновации, физическа инфраструктура и активна обратна връзка от потребителите. Чрез целенасочени инвестиции и сътрудничество може да бъде изграден по-приобщаващ и достъпен туристически сектор за всички. Въз основа на проучените примери и успешни практики са формулирани изводи и препоръки към туристическия бизнес и туристическите дестинации за интегриране на технологични иновации в полза на достъпността.*

Ключови думи: достъпен туризъм, достъпност, хора с увреждания, технологии, дигитализация, AI, VR, IoT

Abstract: Innovative modern technologies provide people with various disabilities with wider opportunities to plan, book and carry out tourist trips and activities. This publication analyzes technological and digital solutions that support accessible tourism. The work highlights the importance of technology as a crucial element in improving the accessibility of destinations and provides insight into successful practices in facilitating access to tourist activities for persons with disabilities. Particular attention is paid to mobile applications, online platforms, artificial intelligence (AI), virtual and augmented reality (VR and AR) and the Internet of Things (IoT), which provide personalized and accessible solutions for tourists with different needs. It is stated that in order to achieve effective accessibility, an integrated approach is needed, including digital innovations, physical infrastructure and active feedback from users. Through targeted investments and collaboration, a more inclusive and accessible tourism sector can be built for all. Based on the studied examples and successful practices, conclusions and recommendations have been formulated for the tourism business and tourist destinations for integrating technological innovations in favor of accessibility.

Keywords: accessible tourism, accessibility, people with disabilities, technologies, digitalization, AI, VR, IoT

3. Лазарова, В., Денизова, В., Пиналова, Е., Анев, И., Томова, И., & Савова, Р. (2012). Възможности за развитие на образованието в сферата на туризма. Икономика и управление: Югозападен университет „Неофит Рилски“ – Благоевград, 8(1), 144-162. CEEOL - <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=495594>

Резюме: Настоящата публикация разглежда възможностите за развитие на висшето образование в сферата на туризма, като поставя акцент върху необходимостта от съчетаване на теоретичното знание с практически опит и проектно-базирано обучение. Авторите проследяват историческите и философските основи на образованието, започвайки от Платоновата академия, и извеждат идеята за университета като общност за свободен обмен на идеи, критично мислене и създаване на ново знание. В контекста на съвременните условия се подчертава нарастващият обем информация, ролята на Интернет като основен комуникационен канал и предизвикателството информацията да бъде превръщана в структурирано и надеждно знание. В доклада се анализират проблеми на туристическото образование в България, свързани с недостатъчната практическа подготовка на студентите и слабата връзка между университетите и реалния бизнес. Като решение се предлага въвеждането на проектно-ориентирани форми на обучение и сътрудничество между студенти от различни специалности и университети. Представен е конкретен проект – създаване на интерактивна карта на екстремния (приключенски) туризъм в България, която да синтезира и популяризира информация за туристически дестинации и дейности.

Ключови думи: висше образование, туризъм, приключенски туризъм

Abstract: *The publication examines opportunities for the development of higher education in the field of tourism, emphasizing the need to combine theoretical knowledge with practical experience and project-based learning. The authors trace the historical and philosophical foundations of education, starting from Plato's Academy, and highlight the idea of the university as a community for the free exchange of ideas, critical thinking, and the creation of new knowledge. In the context of contemporary conditions, the paper underlines the rapidly growing volume of information, the role of the Internet as a major communication channel, and the challenge of transforming information into structured and reliable knowledge. The paper analyzes key problems of tourism education in Bulgaria, particularly the insufficient practical training of students and the weak links between universities and the real business environment. As a solution, the authors propose the introduction of project-oriented forms of education and enhanced cooperation among students from different academic disciplines and universities. A specific project is presented: the creation of an interactive map of extreme (adventure) tourism in Bulgaria, aimed at synthesizing and promoting information about tourism destinations and activities.*

Keywords: *University education, Tourism, Adventure Tourism*

ГРУПА 3, 24

ДОКЛАДИ, ПУБЛИКУВАНИ В СБОРНИЦИ ОТ НАУЧНИ КОНФЕРЕНЦИИ

1. Denizova, V. (2024). The Purrfect Ambassadors? The Influence of Street Cats on Istanbul's Tourism Image. В Глобални влияния и приоритети на развитие на туризма: Международна научно-практическа конференция, 30 май 2024, София: Сборник с научни доклади (с.470-489). София: Аскони-издат. ISBN 978-954-383-154-8

Резюме. *Котките като жители на Истанбул заемат уникално място и формират значителна част от характера на града. Настоящата публикация изследва влиянието на уличните котки върху туристическия имидж на Истанбул, град, известен с богатото си културно наследство и жизнена атмосфера. Проучване сред туристи, посетили метрополиса, изследва възприятието им за котките, включително нивото на одобрение за тяхното присъствие, влиянието върху избора на забележителности и цялостното внимание. Второ проучване сред туроператори, туристически агенти и екскурзоводи изследва мнението на туристическите специалисти относно влиянието на бездомните котки върху имиджа на дестинация Истанбул. Докладът подчертава забележителни примери за известни турски котки и техните истории, които са привлекли значително медийно и интернет внимание. Констатациите разкриват предимно положително отношение към уличните котки, подчертавайки потенциала им като отличителна черта в туристическия маркетинг. Въз основа на резултатите докладът предлага препоръки за включване на котките в маркетинговите стратегии за туризъм, за да се повиши привлекателността на града за посетителите. Изследването допринася за разбирането на многостранната връзка между уличните котки и туризма и предоставя насоки за*

използване на този уникален аспект на идентичността на Истанбул в усилията за брандиране и промотиране на дестинацията.

Ключови думи: котки, туристически имидж, Истанбул, котешки

Abstract. *Feline residents of Istanbul hold a unique position, with street cats forming a visible part of the city's character. This publication investigates the influence of street cats on the tourism image of Istanbul, a city renowned for its rich cultural heritage and vibrant atmosphere. A survey among tourists who have visited the metropolis will explore visitor perception of the cats, including approval of their presence, impact on sightseeing choices, and overall attentiveness. A second survey among tour operators, travel agents and tour guides will explore tourism professionals' view about the impact of stray cats on Istanbul's destination image. Additionally, the report highlights notable examples of famous Turkish cats and their stories that have garnered significant media and internet attention. The findings reveal a predominantly positive attitude towards street cats, highlighting their potential as a distinctive feature in tourism marketing. Drawing upon the results, the report offers recommendations on incorporating cats into tourism marketing strategies to enhance the city's appeal to visitors. This research contributes to understanding the multifaceted relationship between street cats and tourism and provides insights for leveraging this unique aspect of Istanbul's identity in destination branding and promotion efforts.*

Keywords: *Cats, Tourism image, Istanbul, Feline*

2. Denizova, V. (2024). Digital Presence of Tourism Businesses in Bulgaria - Good Examples and Success Stories. In Marketing and Strategic Planning in Digital World: International Scientific Conference (pp. 211-226). Sofia: Publishing Complex – UNWE. ISBN 978-619-232-844-3

Резюме: *Необходимостта от привличане на повече клиенти в предизвикателна среда подчертава значението на силното дигитално присъствие за туристическите бизнеси. Това изследване има за цел да представи възможностите, които дигиталното присъствие предоставя на бизнеса в туристическата индустрия. Изследването разкрива, че добре планираното дигитално съдържание подкрепя растежа, привлича нови клиенти, увеличава приходите и създава положителен имидж на компанията. Проведени са дълбочинни интервюта с експерти по дигитален маркетинг относно резултатите, които бизнесите могат да постигнат със силно дигитално присъствие. Използвайки добрите примери на няколко компании, които имат благоприятно дигитално позициониране, публикацията дава препоръки за изграждане на ефективно дигитално присъствие на туристическите бизнеси.*

Ключови думи: *дигитално присъствие, туристически бизнеси, дигитален маркетинг, дигитално позициониране*

Abstract: *The need to attract more customers in a challenging environment highlights the importance of a strong digital presence for tourism businesses. This research aims to present the opportunities that digital presence provides to businesses in the tourism industry. The study reveals that well-planned digital presence supports growth, attracts new customers, increases revenue and creates a positive company image. In-depth interviews with digital marketing experts*

are conducted regarding the results businesses can achieve with a strong digital presence. Using the good examples of several companies that have favourable digital positioning the publication gives recommendations for building an effective digital presence of tourism businesses.

Keywords: *Digital presence, Tourism businesses, Digital marketing, Digital positioning*

3. Денизова, В. (2011) Въздействие на туризма върху околната среда, Инфраструктурата: Бизнес и комуникации: Втора студентска научна конференция: Сборник с научни доклади (с. 118-123). София: УНСС. Фак. Икономика на инфраструктурата.

Резюме: Настоящият доклад разглежда основните екологични последици от развитието на туризма, като акцентира върху двойствения характер на туристическата дейност - от една страна като фактор за икономическо развитие, а от друга - като източник на натиск върху природната среда. Анализира се влиянието на туризма върху природните ресурси, екосистемите, ландшафта, биоразнообразието, водите, въздуха и почвите. В доклада са разгледани основни форми на негативно въздействие, сред които прекомерното застрояване на туристически райони, замърсяването, свръхексплоатацията на природни ресурси и деградацията на чувствителни екосистеми. Специално внимание се обръща на масовия туризъм и неговите дългосрочни екологични рискове, както и на проблемите, свързани с управлението на туристическите дестинации. Наред с това авторът подчертава ролята на устойчивия туризъм като алтернатива, която цели балансиране между икономическите ползи и опазването на околната среда. Разглеждат се принципите на устойчивото развитие, значението на екологичното планиране, образованието и повишаването на екологичната култура на туристите и местните общности. В заключение се изтъква необходимостта от интегриран подход, включващ държавни институции, бизнес и общество, за минимизиране на отрицателните ефекти от туризма и за гарантиране на дългосрочното съхраняване на природната среда като ключов ресурс за туристическата индустрия.

Ключови думи: *туризъм, околна среда, устойчиво развитие*

Abstract: *The current report examines the main environmental consequences of tourism development, emphasizing the dual nature of tourism activity—on the one hand as a driver of economic development, and on the other as a source of pressure on the natural environment. The study analyzes the impact of tourism on natural resources, ecosystems, landscapes, biodiversity, water, air, and soil. The report discusses the main forms of negative environmental impact, including excessive construction in tourist areas, pollution, overexploitation of natural resources, and the degradation of sensitive ecosystems. Special attention is paid to mass tourism and its long-term environmental risks, as well as to challenges related to the management of tourist destinations. At the same time, the author highlights the role of sustainable tourism as an alternative approach aimed at balancing economic benefits with environmental protection. The principles of sustainable development are examined, along with the importance of environmental planning, education, and raising environmental awareness among tourists and local communities. In conclusion, the report emphasizes the need for an integrated approach involving public*

institutions, businesses, and society in order to minimize the negative effects of tourism and to ensure the long-term preservation of the natural environment as a key resource for the tourism industry.

Keywords: *Environment, Tourism, Sustainability*

4. Лазарова, В., Денизова, В., Станкова, В. (2012) Фестивалният туризъм в България: Между традиционното и модерното, Инфраструктурата: Бизнес и комуникации, Сборник с научни доклади от Международна студентска научна конференция, Факултет „Икономика на инфраструктурата“ при УНСС, „БПС“ ООД (Авангард), София (с. 123-127).

ISSN 1314-5061

Резюме: *Настоящият доклад анализира ролята и значението на фестивалния туризъм като динамично развиваща се форма на алтернативен туризъм и като фактор за културно, социално и икономическо развитие. Авторите разглеждат фестивалите като средство за съхраняване и популяризиране на традиционното културно наследство, както и като платформа за въвеждане на съвременни и модерни форми на изкуство, развлечения и социални взаимодействия. В изследването се прави разграничение между традиционни фестивали, свързани с фолклор, обичаи, религиозни празници и местни занаяти, и модерни фестивали, ориентирани към музика, кино, съвременно изкуство и младежка култура. Подчертава се, че съчетаването на традиционни елементи с модерни организационни и маркетингови подходи повишава атрактивността на фестивалите и разширява техния туристически обхват. Докладът акцентира върху икономическите и социалните ефекти на фестивалния туризъм – удължаване на туристическия сезон, стимулиране на местната икономика, създаване на заетост и укрепване на регионалната идентичност. Наред с положителните аспекти са разгледани и основни проблеми, като недостатъчна координация, ограничено финансиране, слаба реклама и липса на дългосрочна стратегия. В заключение се подчертава необходимостта от целенасочена политика и по-добро взаимодействие между институции, местни общности и туристическия бизнес, за да може фестивалният туризъм в България да се развива устойчиво, балансирайки между опазването на традициите и внедряването на модерни практики.*

Ключови думи: *фестивали, туризъм, традиции, събития*

Abstract: *The paper analyzes the role and importance of festival tourism as a dynamically developing form of alternative tourism and as a factor for cultural, social, and economic development. The authors examine festivals as a means of preserving and promoting traditional cultural heritage, as well as a platform for introducing contemporary and modern forms of art, entertainment, and social interaction. The study distinguishes between traditional festivals related to folklore, customs, religious holidays, and local crafts, and modern festivals oriented toward music, cinema, contemporary art, and youth culture. It is emphasized that combining traditional elements with modern organizational and marketing approaches increases the attractiveness of festivals and broadens their tourist appeal. The report highlights the economic and social effects of festival tourism, including the extension of the tourist season, stimulation of local economies,*

job creation, and strengthening of regional identity. Alongside these positive impacts, key challenges are also addressed, such as insufficient coordination, limited funding, weak promotion, and the lack of a long-term development strategy. In conclusion, the authors stress the need for a targeted policy and improved cooperation among institutions, local communities, and the tourism business in order to ensure the sustainable development of festival tourism in Bulgaria, achieving a balance between preserving traditions and implementing modern practices.

Keywords: *Festivals, Tourism, Traditions, Events*

5. Denizova, V. (2024). Diversification of the tourism product: The case of the region of Western Macedonia in Greece. In G. Rafailova & V. Kazandzhieva (Eds.), *Tourism Opportunities and Models for Development in Bulgaria* (pp. 27-42). Cambridge Scholars Publishing.

ISBN (10): 1-0364-0008-5; ISBN (13): 978-10364-0008-8

Резюме: *Конкуренцията на съвременния международен туристически пазар изисква от дестинациите да мобилизират всички налични ресурси и да търсят възможности за диверсификация на туристическия продукт. Настоящият доклад има за цел да представи необходимостта от диверсификация на туристическото предлагане и възможните мерки за постигане на целогодишен туризъм. В изследването се разглеждат основните тенденции в туристическото поведение и промените в търсенето през последните години. Описани са възможностите за привличане на туристи и популяризиране на дестинациите по примера на стратегията на гръцкия регион Западна Македония. Регионът е единственият в Гърция, който няма достъп до море, но успява да създаде атрактивен туристически продукт, използвайки предимствата на природата, културното и историческото наследство, местната кухня и традициите от ежедневието.*

Ключови думи: *туристически продукт, диверсификация, туристическо предлагане, Западна Македония, Гърция*

Abstract: *Competition in the contemporary international tourism market requires destinations to mobilize all available assets and look for opportunities to diversify the tourism product. This report aims to present the need to diversify the supply side of tourism and the possible measures to achieve year-round tourism. The main trends in tourist behavior and changes in demand in recent years are examined in the study. Described are the possibilities for attracting tourists and promoting the destinations following the example of the strategy of the Greek region Western Macedonia. The region is the only one in Greece that does not have access to the sea, but manages to create an attractive tourist product by using the advantages of nature, cultural and historical heritage, local cuisine and traditions of everyday life.*

Keywords: *Tourism product, Diversification, Tourism supply, Western Macedonia, Greece*

ГРУПА 3, 25

ДОКЛАДИ, ПУБЛИКУВАНИ В СБОРНИЦИ ОТ НАУЧНИ КОНФЕРЕНЦИИ, ИНДЕКСИРАНИ В МЕЖДУНАРОДНИ БАЗИ ДАННИ С НАУЧНА ИНФОРМАЦИЯ

1. Денизова, В., Кирилов, В. (2025) Икономическо и социално значение на достъпността като основен фактор в съвременния туризъм. В Бранд България - гостоприемство в четири сезона с фокус здравен, делови и развлекателен туризъм: Сборник с доклади от Юбилеен дискуссионен форум (20-21.02.2025 г.), катедра „Икономика на туризма“ при УНСС, Академично издателство – УНСС, София (с. 125-138).

ISBN (online) 978-619-232894-8

CEEOL - <https://www.ceeol.com/search/chapter-detail?id=1333571>

Резюме: Настоящата публикация изследва икономическите и социалните ползи и ефекти от достъпния туризъм, като поставя акцент върху Европа и България. Разгледани са предимствата на достъпния туризъм от финансова и бизнес гледна точка, социалните ползи от достъпността в туризма и по-широкото обществено въздействие от превръщането на туризма в приобщаващо за всички преживяване. Посочени са добри практики и успешни политики, с които се демонстрира как достъпният туризъм може да бъде ключов двигател както за икономическия просперитет, така и за социалната интеграция. Отправени са препоръки относно възможностите за осигуряване на достъпност на туристическите забележителности, обекти и услуги.

Ключови думи: достъпен туризъм, социално включване, икономически ползи, хора с увреждания, основи на туризма

Abstract: The publication explores the economic and social benefits and effects of accessible tourism, focusing on Europe and Bulgaria. It explores the financial and business benefits of accessible tourism, the social benefits of accessibility in tourism and the wider societal impact of making tourism an inclusive experience for all. Good practices and successful policies are highlighted to demonstrate how accessible tourism can be a key driver of both economic prosperity and social inclusion. Recommendations are made on how to ensure accessibility of tourist attractions, sites and services.

Keywords: Accessible tourism, Social inclusion, Economic benefits, Persons with disabilities, Fundamentals of tourism

2. Денизова, В. (2024). Виртуалната реалност (VR) и добавената реалност (AR) като инструменти за развитие на туризма: Възможности и предизвикателства. Иновативни информационни технологии за дигитализация на икономиката: Сборник доклади от научна конференция, проведена на 25 октомври 2024 г. Issue 1 (с. 282-292). София: Университет за национално и световно стопанство.

ISSN 3033-0432 (print), ISSN 3033-0467 (online)

RePEc/Ideas - <https://ideas.repec.org/a/nwe/iitfed/y2024i1p282-292.html>

Резюме: *Виртуалната реалност (VR) и добавената реалност (AR) се утвърждават като мощни инструменти за иновации в туристическия сектор. Те създават уникални преживявания за потребителите и трансформират начина, по който туристите взаимодействат с дестинациите и туристическите забележителности. Настоящият доклад има за цел да изследва ролята на VR и AR в развитието на туризма, като разгледа техните основни приложения – от виртуални обиколки на туристически обекти до интерактивни AR преживявания на място. Анализирани са предизвикателствата, свързани с внедряването на тези технологии, като високите разходи, необходимата инфраструктура и съпротивлението към промяната. Публикацията представя успешни примери, тенденции и възможности за приложение на VR и AR в туризма. Основният фокус е върху това как тези технологии променят потребителските нагласи и предлагат нови маркетингови подходи за туристическите бизнеси и дестинации.*

Ключови думи: *виртуална реалност, добавена реалност, VR, AR, туризъм*

Abstract: *Virtual (VR) and Augmented Reality (AR) are considered as powerful tools for innovation in the tourism sector. They create unique experiences for users and transform the way tourists interact with destinations and tourist attractions. This report aims to explore the role of VR and AR in tourism development by looking at their main applications, from virtual tours of tourist sites to interactive on-site AR experiences. Challenges related to the implementation of these technologies are analyzed, such as high costs, required infrastructure and resistance to change. The paper presents successful examples, future trends and opportunities for implementation of VR and AR in tourism. The main focus of the publication is on how these technologies are changing consumer attitudes and offering new marketing approaches for tourism businesses and destinations in Bulgaria and abroad.*

Keywords: *Virtual Reality, Augmented Reality, VR, AR, Tourism*