

Доц. д-р МАРИЯ СТАНКОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", Благоевград

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ И СТРАТЕГИЧЕСКИ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

COMPETITIVENESS AND STRATEGIC POSSIBILITIES FOR THE BULGARIAN TOURISM

Associate Prof. Dr. MARIA STANKOVA

SOUTH WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", Blagoevgrad

Abstract: The definition of tourism industry as a priority for the economic development of Bulgaria is of a high importance for the state position in international competitive classifications. This necessitates a research work on the competitive parameters and the possibilities for its increase in the business environment and in the aspects of firm strategic planning.

Key words: the product of tour agencies, global market, competitive parameters, strategic planning, firm policy

Изследването на конкурентоспособността на държави и икономически дейности придоби нови измерения на фона на протичащите глобализационни процеси. Създаването на международни класификации на основата на конкурентоспособността постави нови предизвикателства по повод на извеждането на нейните параметри.

Много са страните в света, които притежават по-добър потенциал за повишаване на конкурентоспособността в сравнение с България. Но при тях също се наблюдават определено ниски стойности на параметрите ѝ, установени на микроиво. Независимо от факта, че България има сравнително добри количествени показатели – темп на нарастване на Брутният вътрешен продукт, ниска инфлация, кредитен рейтинг – отрежданото ѝ място в световните класификации, представяни на периодичните икономически форуми в Давос, е все още неблагоприятно. Оценката на макроикономическата среда за страната ни е повлияна в много голяма степен от субективния фактор и съмненията, относно възможностите да се поддържа икономическа стабилност в

рамките на тази среда. Още повече, че конкурентоспособност и икономическо стабилно развитие се постига при съчетаване на макро- и микроикономически показатели. На микро равнище подходът на изследване оценява фирмената конкурентоспособност, обозначава също и с термина индекс за текуща конкурентоспособност. Той е композиран от два основни параметъра или субиндекси – качество на бизнес-средата и ефективност на фирмените стратегии.

С настъпването на 01.01.2007г. България се присъедини към голямото семейство на Европейския съюз¹. Това

¹ Чрез динамично развитие на икономиката и на човешкия капитал България ще се превърне в конкурентоспособна членка на Европейския съюз към 2015 г., по обективна оценка на представители на българското министерство на финансите. Страната ни ще получи 6.863 млрд. евро за периода 2007 - 2013 г., усвояването на които ще приключи до 2015 г. Финансирането е осигурено от Европейския социален фонд (ЕСФ) - 1.186 млрд. евро, Кохезионния фонд - 2.283 млрд. евро, и от Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР), който ще осигури общо 3.384 млрд. евро, като 179 млн. евро от тях ще са по програмата за „Европейско териториално сътрудничество“. Парите ще бъдат усвоени по Националната

постави ново начало пред българската икономика - начало, което я изправя пред предизвикателството да се конкурира с още 26 пазарни стопанства и произтичащата от това задача да открие и „завоюва” своето ново място на „сцената” на единния европейски пазар.

Успешното изпълнение на така зададените цели поставя изискването за гъвкавост и политическа далновидност от страна на държавата, подсилено и подкрепено от по-широкомащабна „вълна” на инициативност и предприемчивост на частния сектор. (*Филипова, М., 2006, с. 77*)

Това от своя страна поражда необходимостта от изготвянето на макроикономически анализ и оценка за състоянието на българското стопанство, чрез които да се определят приоритетните отрасли за българската икономика. Дефинирането на силните им страни ще послужи като основа за превръщането им в относителни предимства в конкурентната борба със стопанствата на другите европейски държави.

Коректив за вътрешната държавна оценка трябва да бъде общата икономическа картина в световен план. Водещата роля на услугите над материалните производства е тренд, започнал в средата на миналия век, който поддържа постоянен темп на развитие и води до „премоделиране” на икономическия живот. Глобалният характер на икономическите процеси днес видоизменя стандартните модели и практики във всички сфери на икономиката, характерни за предшествашите ги затворени икономически общества и стопанства. Същевременно производствата на услуги се характеризират с най-голяма степен на развитие и динамика, поради индивидуалния характер на създаваните

стратегическа референтна рамка (НСРР), за която на 15 февруари 2007 г. бе получено потвърждение от Европейската комисия, че формално отговаря на посочените критерии.

от тях продукти, което силно контрастира на масовата концепция и предназначение на повечето материални производства. Разглеждана от такава гледна точка българската икономика има най-голям потенциал за развитие в сферата на туристическата индустрия.

В условията на глоболизиращ се пазар държавите с ниски доходи, сред които и България, е препоръчително да насочат усилията си към организиране на икономиките си по начин, който би довел до позиционирането им в челните места на международните класификации на конкурентоспособността.

В анализите, прогнозите и програмите за бъдещото развитие на страната се посочва неизменно приоритетността на туризма за националната икономика. Именно в тази сфера са постигнати едни от най-значимите икономически резултати през последните години. Въпреки неблагоприятната конюнктура на международния туристически пазар, за седем годишния период след 2000 година броят на чуждестранните туристи в България отбелязва ръстове спрямо предходните години, както следва:

- 2000 г.: + 12.9 % / 2001 г.: + 17.1 % / 2002 г.: - 8.6 % / 2003 г.: + 17.9 % / 2004 г.: + 14.38 % / 2005 г.: + 4.48 % / 2006 г.: + 6.64 % / 2007 г.: + 7.40 %

По предварителни данни¹ приходите от международен туризъм /без транспорта/ за осемте месеца на 2007 г. – януари/септември възлизат на 1834,8 млн. Евро и са с 17.8% повече за същия период на 2006 г. 30.73 % повече са гражданите на Европейския съюз, посетили България през периода януари-септември 2007 г. България е посетена от общо **4 583 330** чуждестранни граждани (без транзитно преминалите) през периода **януари - септември 2007 г.**². Това са туристи, според

¹ ПРЕДВАРИТЕЛНИ ДАННИ по оценка на НСИ за ЕС, Швейцария, Норвегия и Исландия, и данни на Гранична полиция за държавите извън ЕС

² Поради преустановяване на задължителната регистрация от Национална служба гранична полиция на преминаванията на граждани от

определенията на Световната организация по туризъм и Европейската комисия за туризъм при ЕС¹. Техният брой е с **(+7.40%)** повече в сравнение със същия период на **2006г.** **Разходите** на българските граждани за пътувания в чужбина за същия период са на сума от **863,9 млн. Евро (+14.1%)**, спрямо същия период на **2006** година. България е посетена от **3 394364** граждани на Европейския съюз, което показва увеличение спрямо същия период на 2006г. с **(+30,73%)**. Относителният дял на туристите от ЕС от общия обем остава и висок и през месец септември - **74,06 %**, което потвърждава тенденцията от предишните години, че ЕС е основния генериращ туристически пазар за България.

На фона на данните, показващи спадове в броя на туристите, посетили традиционни дестинации като Франция, Гърция, Кипър, Скандинавия като цяло, Швейцария, Чехия, Полша, Северна Америка като цяло и пр., българската туристическата индустрия отбелязва сериозни резултати. Те са и предпоставка страната да заеме едно от първите места в Европа по темп на ръст в туризма.

Постигнатите успехи се основават в много голяма степен на факта, че туристическата индустрия функционира в условията на реална пазарна икономика, при почти напълно приватизирана материално-техническа база. Резултатите са обновен качествен туристически продукт, предлаган целогодишно и основаващ се на

Европейския съюз в автоматизирания информационен фонд от 17 януари 2007г., данните за пътуванията на гражданите от ЕС от м.януари 2007 г са по оценка на Националния статистически институт. Швейцария, Норвегия и Исландия, от м.юли също са по оценка на Националния статистически институт.

¹ В анализите на отдел "Проучване и прогнозиране на туристическите пазари" към Министерството на икономиката се съблюдават определенията на понятията "туризъм", "пътувания" и "посетители", въведени от Световната организация по туризъм и Европейската комисия при Европейския съюз.

разнообразието, уникалността и автентичността на природните и антропогенни рекреационни ресурси. При все това, липсата на Национална стратегия за развитие на туризма е съществен недостатък за процеса на повишаване на конкурентоспособността на националния туристически продукт. Както и създава трудности за отделните стопански субекти, работещи на туристическия пазар, при идентифицирането на фирмените цели и стратегии в рамките на бизнес средата.

През периода Януари - Септември 2007 г. българските граждани са реализирали общо **3 288 960 пътувания в чужбина по всички видове цели**, което е с **(+4.74%)** повече от същия период на миналата година. Посещението на страни от Европейския съюз през деветте месеца на 2007 г. бележи ръст от **(+9.32%)** спрямо същия период на миналата година².

Туризмът е най-проспериращият отрасъл на българската икономика, който се характеризира с динамично и устойчиво развитие, с високи темпове на растеж, най-ясно изразени през последните десет години. Неговият принос в растежа на БВП на страната е безспорен. Днешното състояние на отрасъла се дължи до голяма степен на усилията на частните предприемачи. Почти всички туристически обекти са частна собственост. Привлечени са и значителни чуждестранни инвестиции. Навлизат големи хотелиерски, ресторантьорски и туроператорски вериги и компании, с което страната се включва активно в процеса на световната глобализация на туристическата индустрия. Налице са и значителни български частни инвестиции, в т.ч. и инвестиции на "зелено". Приета е законовата и подзаконовата нормативна база за дейността и развитието на туризма у нас.

² Дирекция "Туристическа политика"/ Държавна агенция по туризъм

Същевременно, въпреки нарастващите резултати и приносът на туризма в развитието на българската икономика, налице са редица проблеми, които пречат за приважването на отрасъла в съответствие с европейските и световните стандарти за качество и гостоприемство. Съществува значителен неизползван потенциал за развитието на туризма в страната. развитието на туризма с високи темпове през последните години оказва положително въздействие за развитието на строителството, земеделието, хранително-вкусовата промишленост, транспорта и др.

Основните фактори, които ще оказват влияние върху развитието на отрасъла в средносрочен план могат да се открият сред следните:

- завършилото реструктуриране на собствеността върху активите в отрасъла

- децентрализацията на управлението

- ефективното и рационалното използване на природните, социалните, културните и икономическите ресурси на страната

- хармонизирането на българското законодателство с европейското по отношение на регламентите за регулиране на туристическата дейност

- социалните и екологичните аспекти за устойчивото развитие на отрасъла

- ефективният диалог с организираното гражданско общество

- членството на страната в световни, европейски и регионални туристически структури и сдружения

- разширяването на Европейския съюз и членството на България в ЕС.

Отчитането на основните фактори разкрива деликатната ситуация в туризма, независимо от положителните икономически резултати, която може да предизвика негативни въздействия върху стопанските субекти и като цяло да намали конкурентноспособността на

отрасъла. За избягване на негативните въздействия е необходимо предприемането на целенасочени мерки, инициативи и програми, в т.ч. и от държавните органи. Допълнителни основания за подобни предложения ни дават мерките и програмите, предприети от множество страни в региона като Гърция, Турция, Хърватска и други популярни туристически дестинации като Испания и Италия, а също така и някои от по-съществените проблеми на отрасъл туризъм в България.

В този контекст могат да се открият и най-актуалните проблеми в отрасъл туризъм, а именно:

1. **Влошените позиции** на страната на руския и украинския пазар; действащият визов режим с тези страни е допълнително препятствие. Още не могат да се възстановят позициите на пазарите на Полша, Чехия, Словакия, Унгария и др. страни от Централна и Източна Европа и броят на туристите от тези страни е незадоволителен.

2. Мудни действия на държавата относно **диверсификацията на туристическия продукт**. Разчита главно на морския туризъм (формиращ около 70 – 75 на сто от приходите) и в значително по-малка степен - на зимния планински туризъм. Недостатъчно развити са специализираните форми на туризма.

3. Ключов проблем за отрасъла е **качеството и разнообразието на туристическите услуги**, което е следствие на редица неблагоприятно действащи фактори – качеството на човешкия ресурс, инфраструктурните проблеми, комуникациите, качеството и обработката на хранителните продукти, недостатъчна хигиена и високи равнища на шум от атракционните заведения.

4. Високо равнище на **рисковете за чуждестранните и българските граждани**, свързани с тяхната безопасност и сигурност по нашите туристически дестинации и комплекси.

5. **Обучението и квалификацията на кадрите**, ангажирани в туризма не могат да посрещнат непрекъснатото

изменение на съществуващите и появата на нови потребности и изисквания в резултат на динамичните промени в европейски и световен мащаб.

6. Ниско качество или пълната липса на инфраструктурата в цялата страна.

7. Липса целенасочена държавна политика за привличане на **български и чуждестранни инвестиции** създава хаос в **концесионирането и застрояването** на туристическите зони. Незаконното и незавършеното в срок строителство са допълнителна пречка за развитието на отрасъла. Държавата няма политика за ориентиране и насочване на инвестициите към важните за страната региони, селища и курорти.

8. Липсва национална атмосфера за гостоприемно посрещане на чуждестранните и българските туристи на граничните пунктове, както и на национални и местни инфраструктури обекти – аерогари, ж.п. гари, автогари и др.

9. Качеството и разнообразието на предлаганите услуги и стоки в повечето случаи са под нивото на изискванията и стандартите на европейските страни.

10. Занижен е контролът в системата, което затруднява каквито и да са системни грижи на държавата и бизнеса върху поведението на икономическите субекти.

11. Липсва комплексна и взаимнообвързана нормативна база относно държавните икономически стимули в областта на туристическите услуги – ясна и дългосрочна данъчна политика, лицензионна политика, политика в областта на таксите, застраховането и т.н.

12. Сивият сектор в туризма - негативен фактор на конкурентноспособността, качеството на услугите. По неофициални данни на експерти в туризма, броят на работещите без трудови договори в бранша далеч надхвърля 50,000 души, без тази цифра да отчита ползуването на детски труд; цифрата на вероятно

укритите данъци е силно обезпокояваща (визират се постъпилите през 2001/2002 год. около 80 мил. лв. от данъци в туризма, вместо реалните над 200 мил. лв.).

13. Липса на координацията на усилията за развитието на отрасъла и на инфраструктурата – на национално, регионално и местно ниво. Сътрудничеството между държавните институции, органите на местна власт и туристическите сдружения е незадоволително и е с ниска ефективност.

Съществуват редица сериозни основания туризмът да бъде избран като един от секторите, чрез които се представят и анализират проблемите на развитието на България. Туризмът е изключително комплексен сектор, независимо че често се нарича отрасъл (индустрия), той не може да бъде дефиниран като такъв в класическия смисъл на думата поради широкия обхват на включените в него дейности и участници. Той е едновременно форма на индивидуално и социално поведение и стопанска дейност, обслужваща това поведение. Продуктът, който се създава в туризма, включва дейностите на множество стопански и нестопански агенти, а неговото ядро се формира от елементите на природната и социалната среда на туристическото място, което е едновременно "производствено" и жизнено пространство. Затова и в него особено ясно може да се проследят преплитането и сблъсъка на екологичните, икономическите и социалните измерения на устойчивото развитие, както и конфликтите на интереси.

От туризма печелят не само туристическите предприятия – туристически агенции, хотелиери, ресторантьори, инвеститори, но и обществото като цяло. Това се дължи на стабилизиращото влияние и заздравяващия му ефект върху икономическото развитие на местните общински и областни центрове,

увеличаването на заетостта и снижаване нивото на безработицата, подобряване на комуналната и шосейна инфраструктура на населените места и околоселищните райони, понижаване на миграцията и емиграцията на млади хора от малките селища към по-големите градски центрове, насърчаване на културния обмен между различните народи посредством разпространяване на културното и историческо наследство на нацията, съхраняване на автентичните традиции и обичаи, запазване спецификата и уникалността на националната кухня и занаяти.

Предимствата, които отразяват икономическата привлекателност и атрактивност за частните инвеститори се откриват в:

- Добра рентабилност и икономическа ефективност в краткосрочен, средносрочен и дългосрочен план;
- Умерено ниво на риск на инвестициите;

- Неголям първоначален капитал за стартиране на бизнес проект.

Факт, подкрепящ това твърдение е доминиращата роля на малките и средни по големина предприятия. В Европа има около 1, 500, 000 туристически компании, 99,98 % от които могат да се опишат като малки и средни по размер. Около 95 % от тях наемат по-малко от 10 човека за свой персонал.

Въпреки нарастващото значение и влияние на туристическата индустрия в световен план трябва да се отчете крехката структура и динамичен характер на отрасъла. Главните фактори, предопределящи тази „чувствителност“ могат да се открият в големия брой на малките туристически агенции, модата и краткотрайността на търсенето, както и сезонността на повечето дестинации и пазари. Тази сензитивност на отрасъла определя необходимостта от поддържане на висока конкурентоспособност на предлаганите стоки и услуги, влизащи в обхвата на туристическия продукт.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Андреева, Ек., н. 2003, *Разширяване на ЕС – шанс за туризма в Централна и Източна Европа*, HOREMAG, с. 12
2. Богданов, Л. и Г. Стоев, н. 2003, *Динамика в туристическия сектор за периода януари – август 2003 г.*, HOREMAG, с. 22
3. Богданов, Л. и Г. Стоев, д. 2003, *Динамика в туристическия сектор за периода януари – август 2003 г.*, HOREMAG, с. 22
4. Димитров, П., Иновации в туризма, УИ “Неофит Рилски”, Благоевград, 2006
5. Филипова, М., Изграждането на информационна рамка- основа за формиране на конкурентно предимство, Единадесети национален симпозиум “Качество, конкурентоспособност, устойчиво развитие”, София, 2006г.
6. Ракаджийска Светла, Туристически пазари, ИУ Варна, 2006г.
7. Рибов, М., Конкурентни стратегии в туризма, “Тракия-М”, София, 2003
8. Станкова, М., Пазарни въздействия върху конкурентоспособността на туристическия продукт, УИ “Неофит Рилски”, Благоевград, 2007
9. Станкова, М., Пазарното поведение на туристическата агенция, УИ “Неофит Рилски”, Благоевград, 2005
10. Kotler, P., 1994, *Marketing Management: Analysis, Planning and Control*, Prentice Hall International, 8-th edition, Hamel Hempstead, p. 135-138
11. Tribe, J.q 1995, *Economics of Leisure and Tourism*, Chapman and Hall, London, p. 60-62
12. Декларация от туристическия бранш на България относно готвените от Правителството промени в Закона за ДДС, касаещо облагането на доставката на туристически услуги
13. Становище на Държавната агенция по туризъм относно предложени проект на Закон за данък върху добавената стойност, касаещо облагането на доставката на туристически услуги
14. Статистически данни от Световния съвет по туризъм и пътувания (World Travel and Tourism Council) – www.wttc.org
15. в-к Дневник от 03.07.2007г., България ще привлича бедни туристи и през 2016 година
16. в-к Капитал 07. 02. 2007г. Конгресният туризъм не е туризъм?