

CHALLENGES TO ENTREPRENEURS IN THE TOURIST SECTOR IN VELINGRAD MUNICIPALITY

Assistant Lyubomira Todorova, PhD

Department "Economics and Management of Tourism",

"D. A. Tsenov" - Svishtov Phone: 0886 / 117 481

E-mail: l.todorova@uni-svishtov.bg

***Abstract:** The dynamic development of tourism in Bulgaria is characterized by the penetration of small and medium-sized businesses in all areas of tourism services. Entrepreneurship in the sector is characterized by a number of features that are related both to the activity carried out by the tourist enterprise and to the specifics of the products and services offered. In the present study the characteristics of the tourism entrepreneurial activity in general and in particular in Velingrad municipality have been analyzed. The subject of consideration is the specificity of entrepreneurship in small and medium-sized tourism enterprises, as well as the specific problems that accompany the organization of the tourism activity of the entrepreneurs in the tourist area under consideration.*

***Keywords:** entrepreneurship, tourism, alternative tourism.*

ВЪВЕДЕНИЕ

Предприемачеството в малките и средни предприятия се ползва с голяма популярност сред туристическия бизнес. Свободната икономическа инициатива, с която разполагат стопанските субекти е само един от мотивите за прибягване към тази форма на организиране на стопанската дейност. Значителна част от туристическите предприятия, които се класифицират като малки и средни осигуряват комплексно туристическо обслужване – хотелиерски, ресторантьорски, посреднически, транспортни и други допълнителни услуги.

Цел на настоящия доклад е да се открият проблемите и предизвикателствата пред малките и средни предприемачи, извършващи туристическа дейност в община Велинград.

За осъществяване на формулираната цел е необходимо да бъдат решени следните задачи:

- да се проучат малките и средни туристически предприятия действащи на територията на община Велинград;
- на базата на проведено анкетно проучване да се установят проблемите пред предприемачите в сектора и да се предложат възможности за справяне с тях.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Концептуални основи на предприемачеството в малките и средни туристически предприятия

Предприемачеството като особена форма на организиране на стопанската дейност представлява възможност за разгръщане способностите за индивидуална свободна икономическа инициатива на стопанските субекти. Всеобщото разбиране за „предприемачество” като дейност, която се реализира от частни лица или предприятия свързана с производство на стоки и услуги с цел получаване на печалба или личен доход, може да бъде осъществявана от собствено име, под своя имуществена отговорност или от името и под юридическата отговорност на юридическо лице (Кичуков, 2013).

По своя характер предприемачеството притежава редица особености, а именно:

- стопанските субекти разполагат с независимост и самостоятелност по отношение на извършваната от тях дейност;
- предприемачите са икономически заинтересовани;
- осъществяваната стопанска дейност предполага поемане на риск и отговорност.

Посочените особености действат едновременно и се отличават с определена взаимообвързаност.

Значителен процент от икономическия растеж в по-голямата част от страните от Европейския съюз и САЩ се осигурява от малките и средните предприятия. Преобладаваща част от националния бизнес на страните се реализира от предприятия разполагащи с персонал до 100 души. В по-голямата част от страните се създават финансови, организационни и правни облекчения, с което се цели подпомагането на малкия и среден бизнес.

В рамките на нашата страна и при съвременните икономически условия възможностите за проявление на предприемачеството са силно изразени във всички сфери на икономическата дейност. Своеобразни възможности в това направление предоставя малкия и среден бизнес. У нас той обхваща над 90% от всички предприятия в страната (по данни на Агенцията за малки и средни предприятия, 2015-2017 г.). Съществен дял в него заемат малките и средните предприятия в сферата на туризма, представени от предприятия, осигуряващи комплексно туристическо обслужване – хотелиерски, ресторантьорски, посреднически, транспортни и други допълнителни услуги. Тези предприятия съставляват около 21% от всички малки и средни предприятия в страната. От тях преобладаваща част са предприятия с персонал до 10 заети лица. По данни на Световния съвет по туризъм и пътувания за 2016 г. у нас в отрасъл туризъм и свързаните с него икономически дейности е формиран БВП на стойност привлизително 12 млрд. лв., което съставлява около 13% от стойността на показателя за страната.

Развитието на туризма е от значение за стопанството на всяка страна. Той бива възприеман като едно от забележителните явления на нашето съвремие. Поради многобройните пътувания на множество индивиди в и извън границите на своите страни тази индустрия засяга всички сфери на обществения живот – икономическа, социална, културна, политическа. Поради тази си особеност значението на туристическия отрасъл не е еднозначно.

Туристическата дейност, която се осъществява в рамките на нашата страна и в условията на съвременна пазарна икономика е представена главно от частни предприемачи представители на малкия и среден бизнес. Изследвайки тяхното състояние и развитие може да се анализира въздействието, което те оказват върху икономиката на страната като цяло, в частност върху развитието на туристическа индустрия, а така също и върху развитието на някои други отрасли на националното стопанство. При извършването на анализа следва да се вземат под внимание и положителните социални, културни и екологични въздействия на туристическия бизнес.

Всеобщо е разбирането, че малките и средни предприемачи оказват съществено влияние върху развитието на икономиката на дадена страна. Именно благодарение на тях се решават редица социално-икономически проблеми; проблеми свързани с регионално развитие; проблеми със заетостта и безработицата; диверсифициране на икономиката; трансфер и внедряване на нови технологии и др. Аналогичен е и въпросът по отношение на предприемачеството в сектор туризма.

Анализът и оценката на функциите и значението на туристическия малък и среден бизнес и предприемачество са необходими с оглед предприемането на адекватни административни и политически мерки за неговото развитие. Въздействието на този бизнес трябва да бъде разглеждано в многоаспектно отношение, за да бъдат постигнати високи резултати.

Положителното влияние на даден отрасъл изисква анализиране на постъпленията, които той носи в националната икономика. През последните години туристическата индустрия носи сериозни приходи за държавната хазна. Данните от различни статистически изследвания сочат за тяхното непрекъснато нарастване, като от особено значение са валутните приходи. По данни на БНБ постъпленията от международен туризъм в текущата сметка на платежен баланс за 2016 г. са нараснали с 5,9% спрямо 2015 г. Значителен принос във формирането на тези приходи има и малкият и среден туристически бизнес.

Развитието на малък и среден бизнес и предприемачество в туризма оказват благоприятно въздействие върху развитието и на други сектори на икономиката. Непосредствената връзка, която съществува между туризма и отрасли, като транспорт, търговия и услуги, селско стопанство и др., е свързана с подсигурияването на туристическия сектор с продукти, необходими за обслужването на туристите. Това е и една от причините за постигане на оживление на икономическите дейности в определени изоставащи райони и за увеличаване на приходите за конкретните общини. Именно благодарение на малките и средни предприемачи се постига запазване и развитие на дадени региони, чрез въвеждането и популяризирането на различни алтернативни форми на туризъм (Божинова, 2014).

Еволюцията на алтернативния туризъм в многобройните му разновидности: планински, екологичен, селски, ловен и др. способства за удължаване на туристическия сезон и за целогодишно привличане на чуждестранни туристи. По този начин се осигуряват приходи от туристическа дейност в държавната хазна през всеки един сезон от годината, като значителна част от тях биха могли да се използват за благоустрояване на туристическите райони.

Всеки един туристически район притежава своите специфики, поради което се изисква и различен предприемачески подход при организиране и развитие на дадена туристическа дейност (Божинова, 2015). Особеностите на предприемаческата дейност в туристическия бизнес произтичат от:

- социално-икономическата природа на туризма;
- комплексния характер на туристическата дейност;
- характера на нейния продукт и жизнения му цикъл;
- спецификата на различните дейности в туристическото обслужване и на създаваните от тях продукти;
- сезонността в туризма.

Спецификите на предприемаческата дейност са опосредствани и от обвързаността на този вид дейност с постигането на удовлетвореност на определени туристически потребности и мотивации. Предприемачът има нелеката задача да създаде и реализира качествен туристически продукт, който да задоволи конкретни потребителски интереси и очаквания, и съответна икономическа изгода.

Туризмът е динамично развиващ се отрасъл и неговото съществуване и развитие в голяма степен зависи от туристическото търсене и предлагане, които могат да се изменят под влияние на различни фактори. Важен аспект от предприемаческата дейност е изучаването на търсенето и предлагането на туристически услуги и стоки и вземането на адекватни управленски решения, които да гарантират реализиране на високоефективен и печеливш бизнес.

Определяща ролята в развитието на отрасъла през последните години има алтернативния туризъм, който е представен основно от малки и средни предприемачи. Именно поради тази и други причини гр. Велинград се е утвърдил като целогодишна туристическа дестинация, която предлага на туристите разнообразни видове туризъм – балнео, спа и уелнес, конгресен, културен (във всичките му форми – исторически, археологичен, етнографски), еко – селски и приключенски туризъм. Чрез диверсифициране на туристическите продукти община Велинград цели постигането и развитието на устойчив туризъм, което е и основния аргумент за фокусирането на разработката именно върху този район, където са съсредоточени множество малки и средни туристически предприемачи.

Проучване на предприемаческата дейност на туристическите предприятия в община Велинград

През последните години Община Велинград се наложи като целогодишна туристическа дестинация със запазени културни традиции, съхранена идентичност и природни дадености. Конкурентоспособността на предлаганите туристически продукти утвърдиха дестинация

Велинград на световния и местен пазар освен чрез предлаганото качество на обслужване и предлаганите продукти, но и благодарение на силния бранд „СПА столица на Балканите“, което в съчетание със специфичните дадености на района доведоха до неговото утвърждаване като предпочитан балнео и спа курорт.

Географското положение и транспортната достъпност на курорта са само две от множеството причини, поради които туристите избират тази дестинация. От голямо значение за популяризирането ѝ сред чуждестранните туристи е неговата близост до аерогарите намиращи се в двата най-големи града на нашата страна, а именно – София и Пловдив. Това опосредства до голяма степен изборът на почиващите, за които близостта и достъпността на посещаваното туристическо място са от решаващо значение.

Наличието на множество природни и водни ресурси, благоприятния климат, екологичното състояние на територията, природните и историческите забележителности, с които тя разполага се превръщат в привлекателен център от една страна за туристите и в мотив за развитие на туризма от друга. Засиленият интерес към курорта е стимул за туристическите предприемачи към изграждане на нова и атрактивна материална база (хотелиерска, ресторантьорска и др.), които да бъдат в унисон с очакванията и повишените изисквания на посетителите.

Преобладаваща част от развивания в района туристически бизнес е съсредоточен в малки и средни предприятия, които съставляват предимно малки семейни хотели, къщи за гости, малки и средно големи ресторанти, предимно собственост на местни жители. Туристическия облик на района дава различни възможности за развитие на малък и среден бизнес, благодарение, на което безработицата сред местното население може да бъде овладяна и редуцирана.

На базата на извършено проектно анкетно проучване сред малките и средни предприятия осъществяващи дейност на територията на град Велинград бяха констатирани трудностите и предизвикателствата пред туристическите предприемачи в този район⁷.

На въпроса „Има ли колебания в приходите на Вашето туристическо предприятие през различните годишни сезони?“, анкетиранияте туристически предприятия са дали следните отговори (вж. Фиг. 1):



Фиг. 1 Наличие на колебания в приходите на туристическите предприятия развиващи дейност в гр. Велинград

От представените данни се вижда, че значителна част (68%) от предприемачите не отчитат колебания в приходите на управляваните от тях туристически предприятия през различните годишни сезони. Около 20% от анкетиранияте стопански субекти регистрират

⁷ Анкетното проучване е проведено в периода м. юли-август 2017г., на територията на гр. Велинград. Броят на изследваните предприятия е 49, от тях 23 са отговорили на анкетното запитване, което е достатъчно за представителност на извадката.

отклонения в приходите си, въпреки което успяват да постигнат печалба. При 12% от проучените туристически предприятия отчетените приходи през определени сезони на годината не са достатъчни, за да реализират печалба. Тези факти свидетелстват за целогодишна и ритмична посещаемост, което от своя страна би могло да определи дестинацията като предпочитана сред туристите.

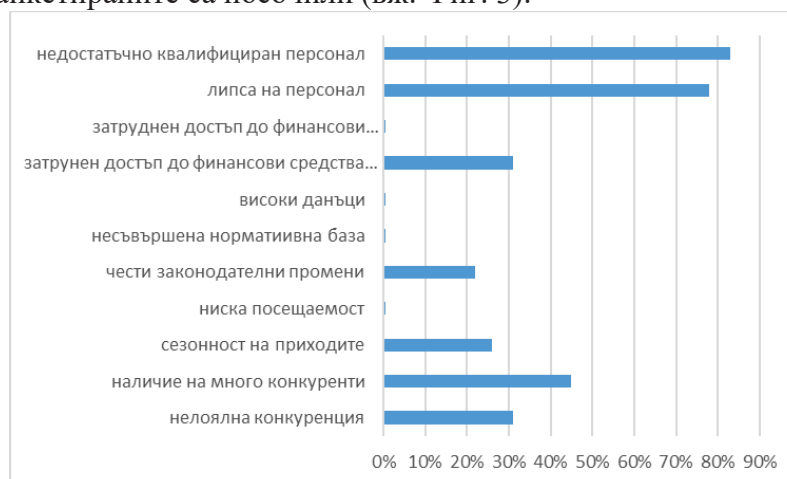
По отношение на възможностите и намеренията на предприемачите за разширяване на извършваната от тях дейност, анкетираниите са отговорили по следния начин (вж. Фиг. 2):



Фиг. 2 Възможности за разширяване на извършваната дейност

По-голямата част от анкетираниите са дали повече от един отговор на поставения им въпрос във връзка с плановете им за разширяване на извършваната дейност. 73% от предприемачите са посочили като възможност за разширяване на дейността създаването на нови продукти и услуги, 59% от всички анкетирани считат, че това може да се постигне и чрез предлагане на техните продукти и услуги в цялата страна. Сред предпочитаните от предприемачите способности за разширяване на дейността е и възможността за излизане на нови пазари.

По отношение на проблемите, които предприемачите изпитва упражнявайки своята стопанска дейност, анкетираниите са посочили (вж. Фиг. 3):



Фиг. 3. Проблеми пред туристическите предприятия развиващи дейност в гр. Велинград

Според представените във фигурата 3 данните от проведеното анкетно проучване, проблемите за туристическите предприятия от региона са свързани предимно с липсата на персонал и дефицит на квалифицирана работна сила. Като съществени затруднения за бизнеса

се посочват още – затруднения достъп до финансови средства от ЕС и банките; наличието на много и нелоялни конкуренти; сезонността на приходите и честите законодателни промени.

Изследвайки спецификите и предизвикателствата пред предприемаческата дейност на туристическите предприятия развиващи дейност в община Велинград може да се обобщи, че бизнесът в този регион, и не само, има необходимостта от създаване на финансови, организационни и правни облекчения, с което да се подпомогне неговото развитие.

ИЗВОДИ

За постигането на успешен и устойчив туризъм е необходимо обединяване усилията на предприемачите в сферата на туризма и съпътстващите го дейности. Чрез достигането на интеграция между туристическите предприятия може да се постигне по-лесно и ефективно решаване на редица проблеми в сектора, като по този начин може да се реализира нарастване на ефективността от стопанската дейност на малките и средни предприемачи и да се подобрят техните финансови резултати чрез въвеждането на висококачествени туристически продукти и услуги.

Интеграцията между предприятията от туристическия сектор би могла да допринесе за изграждането на висококачествен и конкурентноспособен туристически продукт и неговата дистрибуция, увеличаване на пазарния дял, организиране на маркетингови проучвания, популяризиране на дейността чрез съвременни рекламни средства, възможности за съвместно обучение на персонала и др., които малкият и среден бизнес не би могъл да постигне самостоятелно, поради липсата на достатъчно финансови средства.

REFERENCES

Bozhinova, M. Konkurentosposobnost na turistichestkia biznes, Svishtov, 2014; (**Оригинално заглавие:** Божинова, М. Конкурентоспособност на туристическия бизнес, Свищов, 2014);

Bozhinova, M., L. Plieva, Hotelierstvo i restorantyorstvo, V. Tarnovo, 2015; (**Оригинално заглавие:** Божинова, М., Л. Илиева, Хотелиерство и ресторантьорство, В. Търново, 2015);

Kichukov, E., Specifichni osobenosti na predpriemachestvoto v turizma // Upravlenie I ustoichivo razvitie, Sofia, 5, 2013; (**Оригинално заглавие:** Кючуков, Е., Специфични особености на предприемачеството в туризма // Управление и устойчиво развитие, София, 5, 2013);

Madgerova, R., Predpriemachestvo I malak biznes v turizma, Sofia, 2004; (**Оригинално заглавие:** Мадгерова, Р., Предприемачество и малък бизнес в туризма, София, 2004);

Neshkov, M., Krizite v turizma i vazmozhni protivodejstviq.// Sbornik s dokladi I statii "Turizam – predizvikatelstva v usloviata na ikonomicheska kriza", NBU, Sofia, 2011; (**Оригинално заглавие:** Нешков, М., Кризите в туризма и възможни противодействия.// Сборник с доклади и статии "Туризм – предизвикателства в условията на икономическа криза", НБУ, София, 2011).