

Новите реалности на българския туристически пазар и предпоставки за развитието на туризма в региона Долен Дунав

Мария Андреева

The new realities of the Bulgarian tourist market and preconditions for development of tourism in the Lower Danube region: This paper addresses the status of the Bulgarian tourist market in conditions of crisis and the opportunities for its development, despite the unfavorable environment for the tourism as a whole. It also addresses the prospects for tourism development in the Lower Danube region in the context of the "Danube Strategy" of the EU and the preconditions for successful implementation of this strategy.

Key words: Tourism, Economic crisis, Lower Danube, Danube strategy.

ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът има стратегическо място в българската икономика, защото генерира около 15% от brutния вътрешен продукт на страната. След срива на имотния пазар, спада в производството и отлива на чужди инвестиции туризмът е един от малкото сектори, които могат да осигурят нова добавена стойност в икономиката в условията на икономическа криза. Туризмът обаче е един от най-динамичните и „чувствителни“ сектори по отношение на вътрешната и външна среда за неговото развитие.

Целта на настоящата разработка е да се анализират новите реалности на българския туристически пазар и да се изяснят предпоставките за развитието на туризма в региона Долен Дунав, в контекста на Дунавската стратегия.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Състояние на българския туристически пазар в условията на криза

Може да се твърди, че до 2008 година, началото на кризата за България, е налице стабилна тенденция на постоянно повишение броя на влезлите в страната чужденци, като през 2008 г. техният брой е 8 532 972, с ръст от 10.4 % спрямо 2007 г. Тази тенденция е особено подчертана при посещенията с цел туризъм, където ръстът спрямо 2007 г е 12.2%. [1] /Вж. Табл. 1/ През същия период е налице и трайна тенденция на нарастване броя на пътуващите български граждани в чужбина, както и на транзитно преминаващите през България чуждестранни граждани.

От началото на 2007 година се забелязва важно реструктуриране на българския туристически пазар - в него водещи места започват да заемат туристите от Гърция и Румъния. За 2008 година Румъния / с 996 716 туристи, ръст от 32.9% , относителен дял от всички туристи 17.2% и относителен дял 23.5 % сред туристите от ЕС/ води класацията на посещенията на чужденците в България по абсолютни стойности, сравнена със същия период на 2007 г. По данни на официалната статистика, през 2007 и 2008 г. за първи път през последните години румънците и гърците изпреварват по брой на посещенията основните туристически пазари за България - Германия и Великобритания [1]. /Вж. Табл. 2/

През 2009 година обаче България е посетена общо от 7 872 805 чужденци, като намалението спрямо предходната година е 7.7%. Посещенията с цел туризъм, са 5 738 873. Техният брой показва, че почти е достигнато нивото на посещения от 2008 г., със слаб спад от 0.7 %. Намаление 20.1% има при посещенията с цел екскурзия и почивка, като са реализирани 3 809 561 посещения [1]. / Вж. Табл. 3/

Таблица 1

Пристигания на чуждестранни граждани в България по цели и пътувания и на български граждани в чужбина

Година	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	08/07%
<i>Пристигания на чуждестранни граждани в България по цели</i>								
О Б Щ О	5 562 917	6 240 932	6 981 597	7 282 455	7 499 117	7 725 747	8 532 972	10.4
ТУРИЗЪМ	3 433 276	4 047 863	4 629 854	4 837 150	5 158 117	5 151 283	5 779 828	12.2
Почивка и отдых	2 992 590	3 531 567	4 010 326	4 090 421	4 364 557	4 218 713	4 765 700	13.0
На гости	23 998	28 656	40 467	48 898	62 927	75 162	98 478	31.0
Бизнес	180 138	215 760	271 857	340 039	331 845	375 613	418 374	11.4
Други	236 550	271 880	307 204	357 792	398 788	481 795	497 276	3.2
ТРАНЗИТ	2 129 641	2 193 069	2 351 743	2 445 305	2 341 000	2 574 464	2 753 144	6.9
<i>Пътувания на български граждани в чужбина</i>								
О Б Щ О	3 188 384	3 403 402	3 881 693	4 234 866	4 180 357	4 514 547	5 726 767	26.9

Таблица 2

Водещи позиции на Румъния и Гърция в българския туризъм през 2008 г.

ДЪРЖАВИ	2007	Отн. дял в ЕС	2008	08/07%	Отн. дял в ЕС
ОБЩО	5 151 283		5 779 828	12.2	
ОБЩО ОТ ЕС	3 732 344		4 240 828	13.6	
ОТНОС. ДЯЛ ОТ ЕС	72.5		73.4		
РУМЪНИЯ	750 083	20.1	996 716	32.9	23.5
ГЪРЦИЯ	827 351	22.2	843 547	2.0	19.9
ГЕРМАНИЯ	519 894	13.9	580 381	11.6	13.7
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	353 597	9.5	363 671	2.8	8.6

Таблица 3

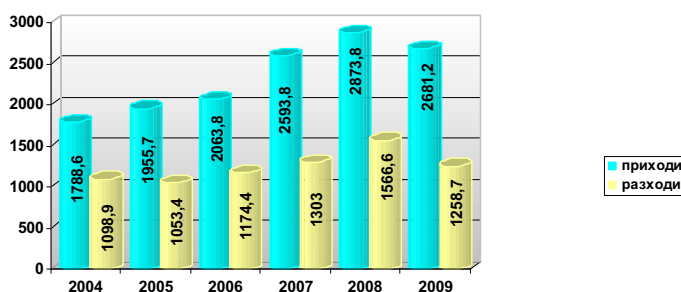
Чуждестранни туристи в България /2004 – 2009 г./

Година	2004	2005	2006	2007	2008	2009	09/08%
<i>Посещения на чужденци в България по цел на посещениято</i>							
О Б Щ О	6,981,597	7,282,455	7,499,117	7,725,747	8,532,972	7,872,805	-7.7
ТУРИЗЪМ	4,629,854	4,837,150	5,158,117	5,151,283	5,779,828	5,738,873	-0.7
- Екскурзия и почивка	4,010,326	4,090,421	4,364,557	4,218,713	4,765,700	3,809,561	-20.1
- Гостуване	40,467	48,898	62,927	75,162	98,478	151,508	53.8
- Бизнес	271,857	340,039	331,845	375,613	418,374	1,075,300	157.0
- Други	307,204	357,792	398,788	481,795	497,276	702,504	41.3
ТРАНЗИТ	2,351,743	2,445,305	2,341,000	2,574,464	2,753,144	2,133,932	-22.5

Приходите от международен туризъм в текущата сметка на платежния баланс по данни на Българската народна банка за периода януари - декември 2009 г. възлизат на 2 681.2 млн. евро, което е с 6.7 % по-малко в сравнение със същия период на 2008 г. В същото време и разходите на българските граждани за пътувания в чужбина за 2009 г. са с 19.7% по-малко спрямо 2008 г. /Вж. Схема № 1/. Спад на печалбата през 2009 година имат почти всички дружества от сектор "Туризъм". Анализаторите, които следят туристическия бизнес в Европа, отчетоха в края на 2009 г. спад на средната заетост и на средната цена на хотелска стая в България. Средната заетост в луксозните хотели пада от 57.1% за 2007 г. на 53.4% през 2008, на 50,1% през 2009 г. През 2009 г. 942 071 румънци са посетили страната ни, като те са били и най-многобройни сред чужденците, почивали у нас, сочи официалната статистика.

Схема № 1.

Международен туризъм – България, платежен баланс (в млн.евро)



През периода януари – юни 2010 г. България е посетена общо от 2 161 159 чуждестранни туристи. Техният брой е с 1.9% повече спрямо същия период на 2009 г. Увеличение от 12.6% има при посещенията с цел почивка и ваканция, като са реализирани 1 388 489 посещения.

През този период страната ни е била посетена от 402 235 румънски туристи, като е налице намаление на техния брой с около 10.5% в сравнение със същия период на 2009 г. [2]. Независимо от това обаче, по посещения на чуждестранни туристи в България, Румъния се нарежда на второ място след Гърция, като много специалисти правят прогноза, че през летните месеци туристическият поток от Румъния ще се засили и отново румънските туристи ще бъдат най-многобройните и през 2010 г.

По време на кризата обаче България привлича най-много масовите туристи, като над 70% от приходите от чуждите туристи отиват в морските курорти. Това неблагоприятно съотношение на морските към останалите дестинации се дължи не само на масовия евтин all inclusive туристически продукт, който се предлага от хотелите по Българското Черноморие, но и на недооценяване на възможностите на другите видове туризъм, в т.ч. – речния туризъм по река Дунав и Дунавското крайбрежие в региона на Долен Дунав.

2. Дунавска стратегия и предпоставки за развитието на туризма в региона Долен Дунав

За последните 2 години в страните от региона Долен Дунав се установява средно около 16% намаление на приходите от туристическа дейност в сравнение с предкризисния период. Страните от региона все повече разбират необходимостта от

нова, обща философия за развитието на отрасъла – вместо ожесточена конкуренция, носеща периодични предимства на отделни страни, за сметка на загубите на други, обединяване под общи стратегически цели и концепции за дългосрочното развитие на туризма. Воден именно от разбирането, че е необходима обща стратегия за европейско териториално сътрудничество, част от което да е развитието на туризма при новите реалности, Европейският парламент прие специална резолюция от 21 януари 2010 г. относно изграждането на Европейска стратегия за Дунавския регион /Дунавска стратегия/. [3]. Предвижда се Дунавската стратегия да бъде приета през първата половина на 2011 г. при унгарското председателство на ЕС. На тази база ще се направи план за реализацията на конкретни проекти.

Туризмът обаче като система включва разнородни, макар и тясно свързани елементи, поради което трудно може да се определи като отделен отрасъл на икономиката. Статистически той не може да бъде отразен само в един сектор на стопанството, тъй като включва хотелиерство, ресторантьорство, туристически транспорт, култура, спорт, развлечения и т.н. В този смисъл специалистите смятат, че развитието на туризма, при новите реалности в региона, може да изпълни ролята си на ефективна антикризисна мярка, само ако са налице редица благоприятни съпътстващи промени в свързаните с него отрасли. Някои от тези необходими промени трябва да бъдат: [4]

1. Развитие на Общоевропейски транспортен коридор №7 посредством подобряване на навигацията по р. Дунав, модернизация на пристанищната инфраструктура, насърчаване на интермодалните превози, осигуряване на напречните връзки през реката, подобряване на довеждащата транспортна инфраструктура, развитие на информационните системи и комуникации;
2. Приоритетно развитие на транспортната инфраструктура (пътна и железопътна) по Общоевропейските транспортни коридори 4, 9 и 10 като част от направлението Централна Европа - Егейско море;
3. Подобряване на екологичното състояние на река Дунав, опазване на нейното биоразнообразие и местните екосистеми;
4. Благоустрояване на дунавските селища, общини и области;
5. Мащабно експониране и социализиране на изключително богатото културно наследство на страните от региона Долен Дунав и вписването му в общ дунавски културен коридор, с ясно изразено европейско съдържание и значение;
6. Разширяване и модернизиране на материалната база на туризма, насърчаване на хотелиерския и ресторантьорски бизнес;
7. Изграждане на съвременна система за обучение и тренинг в областта на туризма;
8. Оформяне на цялостен туристически продукт със своя специфика и туристически маркетинг на река Дунав и Дунавското крайбрежие в региона, базиран на специфичния природен, културен ландшафт и историческа среда;
9. Развитие на дунавските селища в органично единство и хармония с реката, чрез прилагане на нов подход в устройственото планиране, който да подобри качествено архитектурната среда и да създаде специфичен облик и колорит на крайдунавските селища;
10. Подобряване на качеството и ефективността на рекламната дейност в областта на туризма;
11. Развитие на териториалното сътрудничество между страните от Долен Дунав, и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В резултат на неблагоприятните изменения в икономическата среда, предизвикани от световната криза, приходите от туризма намаляват, а конкуренцията се ожесточава. Това налага необходимостта от гъвкава политика и мениджмънт на отрасъла, за да се отговори по адекватен начин на новите реалности. Развитието на туризъм по река Дунав, която е „Европейската Амазонка“ е реална антикризисна мярка, която може да съдейства за развитието на региона, да донесе приходи на страните, да създаде нови работни места, да осигури устойчиво развитие за региона.

ЛИТЕРАТУРА

- [1]. Международен туризъм България (януари – декември 2008 г), С., Държавна агенция по туризъм http://www.tourism.government.bg/files/statistics/file_64_bg.doc (последен достъп 01.09.2010 г.)
- [2]. Международен туризъм България (януари – юни 2010 г), С., Министерство на икономиката, енергетиката и туризма, http://www.tourism.government.bg/files/statistics/file_93_bg.doc (последен достъп 08.09.2010 г.)
- [3]. Резолюция на Европейския парламент от 21 януари 2010 г. относно Европейска стратегия за Дунавския регион <http://www.europarl.europa.eu/sides/get> (последен достъп 08.09.2010 г.)
- [4]. 100 млрд. евро за регионално развитие на държавите от Дунавския макрорегион <http://sg.stroitelstvo.info/show.php?storyid=901258> (последен достъп 08.09.2010 г.)

За контакти:

Доц. д-р Мария Андреева, катедра „Мениджмънт“, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов”, тел.: 0631/ 66 292, e-mail: mariaa@uni-svishtov.bg

Докладът е рецензиран.