
TOURIST POTENTIAL OF ROUSSE DISTRICT

Principal Assist Daniela Yordanova, PhD

Department of Business and Management

“Angel Kanchev” University of Ruse

Phone: 082-888 520

E-mail: dyordanova@uni-ruse.bg

Assoc. Prof. Milena Kirova, PhD

Department of Business and Management

“Angel Kanchev” University of Ruse

Phone: 082-888 520

E-mail: mkirova@uni-ruse.bg

***Abstract:** The paper proposes an evaluation of tourism potential of Ruse district based on PEST and SWOT analyses as well as functional analysis aiming improvement of implementation of local policy fostering tourism development in the region. As a result, the main trends, competitors, products and clients (tourists) are defined. Results are showing that district of Ruse is underdeveloped as touristic destination, therefore there is potential for various kinds of tourism. Some recommendations for further tourism development are proposed. The results had been presented in front of the working group for development of project of Strategy for sustainable tourism development of Ruse district 2020 – 2030 and will be included in official strategic document.*

***Keywords:** tourism potential, Strategy for sustainable tourism development of Ruse district 2020 – 2030, PEST analysis, SWOT analysis, trends in tourism, tourist products*

JEL Codes: L83, Z32, R58

ВЪВЕДЕНИЕ

Европейската туристическа индустрия наброява около 1,8 милиона предприятия, основно МСП, в които работи около 5,2 % от активното население. Тя представлява повече от 5 % от БВП на ЕС, като този процент расте непрекъснато, а туризмът е третата по важност социално-икономическа дейност на ЕС. Като се вземат предвид свързаните с туризма сектори (UNWTO, 2019) неговият принос към brutния вътрешен продукт е още по-значителен, тъй като се счита, че той представлява повече от 10 % от БВП на Европейския съюз и че осигурява 12 % от всички работни места.

Европейският съюз е водещата туристическа дестинация в света. Туризмът е средство за развитие на регионите, а европейската туристическа индустрия е ключов елемент за постигане на растеж в Европа, като според Европейската комисия „Туризмът е важна стопанска дейност, чието отражение върху икономическия растеж и трудовата заетост в Европа е в голяма степен положително. Туризмът е също така все по-важен аспект от живота на европейските граждани, все повече от които пътуват по лични или по професионални причини. Поради това, че има отношение към културното и природното наследство, както и към традициите и съвременната култура на Европейския съюз, туризмът илюстрира по образцов начин необходимостта от съвместяването на икономическия растеж и устойчивото развитие, включително и на етичното измерение.“

Докладът поставя следните въпроси:

Възможно ли е туризмът да бъде двигател на социално-икономическото развитие на регионите в България, към които няма ясно изявен туристически интерес?

Какъв подход би бил най-работещ при избора на стратегия и политика за управление и развитие на туризма на регионално равнище?

Могат ли месните власти да насърчат развитието на туризма и с какви инструменти?

Целта на настоящия доклад е да се дадат насоки за подобряване на реализацията на местната политика в посока насърчаване на туризма в област Русе. За постигане на целта са формулирани следните задачи: 1) Да се изяснят основните политически, социални, технологични и законови тенденции в област Русе; 2) Да се разработи ситуационен анализ на туристическия пазар в Област Русе и оценка на потребностите; 3) Да се дефинират основните продукти с потенциал; 4) Да се дадат насоки за развитието на туризма, които да послужат при разработване на Стратегия за устойчиво развитие на туризма в област Русе през периода 2020-2030.

За да се изпълнят така поставените задачи е избрана следната методика на изследване: PEST анализ, SWOT анализ и функционален анализ. Обект на изследване в доклада е територията на област Русе, включваща седем общини – Русе, Борово, Бяла, Ветово, Две могили, Иваново, Ценово, а предмет на изследване е туристическият потенциал на област Русе, като стратегическа предпоставка за социално-икономическо развитие на региона.

ИЗЛОЖЕНЕ

Среда за развитие на туризма в област Русе

Влиянието на външната среда върху организациите, ангажирани с туристическата индустрия в област Русе се състои от политически, нормативно-правен, икономически, екологичен, социо-културен, технологичен компоненти (PEST анализ).

Политически и нормативно-правни фактори: относителна политическа стабилност (членство в ЕС) в настоящия момент и за в бъдеще; ниско влияние на тероризма (Global peace index, 2018) и поддържане на традиционно ниски нива на престъпност, което води до пренасочване на туристическия поток от съседните страни към България; облекчаване на процедурите за вадене на визи за страните извън ЕС; установена нормативна уредба и програмна рамка, базирана на европейски стратегически документи. Всичко това показва благоприятно влияние на политическите и нормативно-правните фактори върху развитието на туризма в област Русе. Негативно влияние оказва възприятието за корупция в страната (Transparency International Bulgaria, 2015); тенденцията да се увеличава данъчната тежест, в зависимост от степента на замърсяване; излизането на Великобритания от Европейския съюз и произлизащите от това промени при пътуванията, свързани с необходимите документи, визовия режим, стандартите за туристически услуги и други организационни и технически промени.

Икономически фактори: нарастване на общите доходи и съответно разходите за туризъм, лесен достъп до кредитиране, достъп до европейско финансиране – всички те с положително влияние върху потенциала за туризъм на област Русе.

Социо-културна среда: разнообразен демографски профил на населението – съсредоточено в големите градове, където преобладават хора с по-високо образование, доходите са по-големи и се разполага с повече свободно време, но в страната като цяло продължителността на живот е сравнително кратка, бавен е темпът на нарастване на доходите; индустрията не разполага с достатъчно квалифицирани служители.

Технологична среда: ключова характеристика в настоящето и предстоящите 5 – 10 години е преминаването към цифровизация на всички бизнес и технологични процеси. Предпоставка за успешна дигитализация е високото ниво на осигуреност с високоскоростен интернет по цялата територия на страната, включително и в област Русе, но като пречка се очаква да се прояви недостигът на специалисти.

Обща характеристика на туристическия пазар в България

Туризмът в България бележи устойчив ръст. През 2018 година общият брой туристически посещения на чужденци в България е 9 273 345, като се отчита устойчив ръст на туристически посещения (Министерство на туризма, 2018). Някои основни характеристики на пазара са, че над 74 % туристите планират почивките си основно чрез онлайн канали, налице е сезонност на туризма, като продължителността на летните почивки на чужденците в летните курорти е около 6-7 нощувки, а за страната като цяло – между 5 и 6.

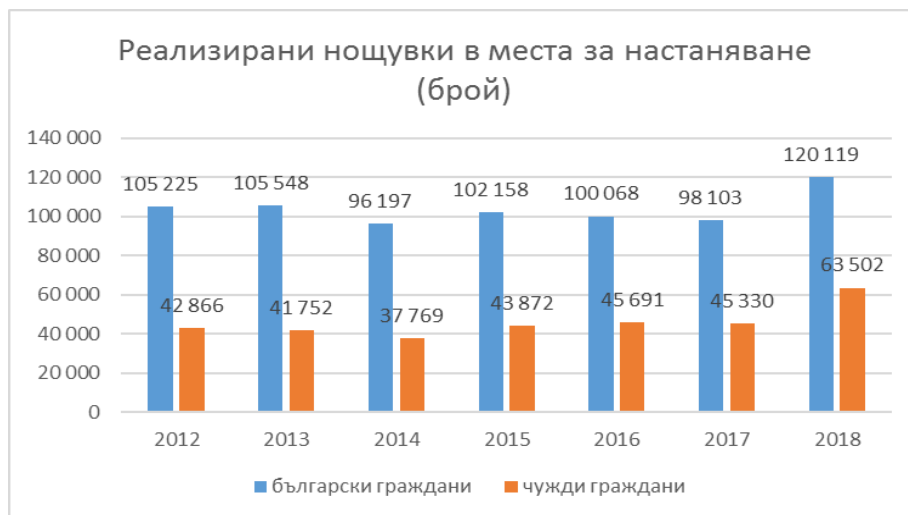
През останалите сезони продължителността на престоя е 2-3 нощувки, с изключение на януари, когато се увеличава до 4-5. Съществува потенциал за развитие на разнообразен туризъм при пълен годишен цикъл, като страната се асоциира основно с морски туризъм. Налице е високо ниво на удовлетвореност от престоя в страната с изключение на пътната инфраструктура, достъпността за хора с увреждания и хигиената.

Особеностите на потребителското поведение в сектора могат да се синтезират както следва: през 2019 г. 78 % от българските граждани са пътували само в страната, 18%- само в чужбина, а 4% са пътували както в страната, така и в чужбина. Над 70% от пътуванията в чужбина и 96% - в страната са без предварителна резервация, а най - висок дял на разходите при пътуване в страната са тези за храна – 34%, а в чужбина - за транспорт - 35% (НСИ, 2019).

Ситуационен анализ на туристическия пазар в област Русе и оценка на потребностите

Регионът на област Русе не е достатъчно познат като туристическа дестинация в страната и чужбина. Анализът на туристическия потенциал показва, че са налице широки възможности за развитие на различни видове туризъм при съчетание на природни, културно-исторически и стратегически дадености. През последните 7 години е налице устойчив ръст на туристически посещения от чужденци (37%) и българи (16%) (НСИ, 2019 а). Увеличава се броят на реализираните нощувки в местата за настаняване. Легловата база бележи слаб, но устойчив тренд на нарастване, увеличава се броят на реализираните нощувки в местата за настаняване. Престоят на чуждестранните туристи е по-дългосрочен от този на българските, като среднопретегленото време на престой на българските туристи в област Русе се запазва през годините, докато това на чуждестранните туристи се увеличава.

Сезонността на туризма в област Русе е ясно изразена. Пикови месеци за посещения на областта са юни и септември, а най-малко туристи има през месец януари (графика 1).



Графика 1. Реализирани нощувки в места за настаняване

През последните седем години приходите от нощувки се увеличават с 35 %, като разходите за нощувки на чуждестранните туристи са се увеличили с 45 %, а на българските с 29%. Логична причина за това е, че престоят на чуждестранните туристи е по-дългосрочен от този на българските. Среднопретегленото време на престой на българските туристи в област Русе се запазва през годините, докато това на чуждестранните туристи се увеличава. При българските туристи по-дълго време за престой се регистрира при посетителите на места за настаняване с категоризация 1 и 2 звезди (средно 1,7 дни), докато при чужденците най – дългосрочен престой имат туристите, избрали да нощуват в хотели с 4 и 5 звезди. Може да се заключи, че е необходимо диверсифициране на маркетинговите подходи към български и

чуждестранни туристи. Причина за това може да се търси основно в мотивите за пътуване на туристите, но като цяло може да се заключи, че престоят на туристите в област Русе е кратковременен може да бъде съотнесен към културния туризъм, като не бива да се пренебрегват и бизнес пътуващите. Легловата база бележи слаб, но устойчив тренд на нарастване с 14 % за 7 години от 2012 до 2018 г., като местата за настаняване от 46 са достигнали 49. Съществува неравномерно разпределение на легловата база по общини и населени места с голяма концентрация в град Русе. По данни на НСИ (НСИ, 2019) към януари 2019 година в област Русе 74 % от местата за настаняване са с 1 и 2 звезди. Те предоставят 62% от броя легла. Местата с 3 звезди имат дял от 12 % и осигуряват 15% от легловата база, а тези с 4 и 5 звезди са 15 % от всички места и са 26 % от легловата база в областта. (Графика 2)



Графика 2. Категоризация на места за настаняване в обл. Русе към м. януари 2019 г.

Основни конкуренти

Основни конкуренти в областта на туризма са Велико Търново, Габрово и Ловеч, както и град Букурещ, тъй като поради своята близост той е притегателна дестинация за уикенд туризъм.

Основните конкурентни предимства на Русе спрямо нейните конкуренти са наличието на река Дунав, множеството културно-исторически паметници, наличието на обект под егидата на ЮНЕСКО, богатият културен календар и доброто равнище на сигурност.

Като основни слабости могат да се посочат затрудненият достъп до града поради силно натовареният път Русе – Бяла и сезонната натовареност при преминаване на моста Русе – Гюргево, затрудненият достъп до обекти извън областния център, липсата на утвърдена целогодишна атракция, която да е емблематична за региона и да привлича туристи и ниската популярност на региона, като обект за туризъм.

Продукти/Преобладаващ туризъм

Туристическият продукт в област Русе се характеризира с разнообразие, преобладават градски, културно-исторически и бизнес туризъм, като в малките общини се развиват селски и еко туризъм. Основни туристически атракции са обектите на Регионален исторически музей - Русе, Ивановски скални църкви (включен в списъка на Световното културно наследство на ЮНЕСКО) и пещера Орлова чука в община Две Могили;

Съществува потенциал за конгресен туризъм в град Русе, а пещера Орлова чука и природен парк Русенски Лом са с потенциал за спортен и приключенски туризъм. В малките общини на областта може да се развива и религиозен туризъм. Основната част от туристическата дейност се реализира в областния център град Русе, а в останалите общини туризмът има допълващ характер. Съществена характеристика на основния туристически поток, преминаващ през община Русе е, че той идва от круизния туризъм, като престоят в града е по-малък от ден и така туристическият потенциал на областта остава неексплоатиран.

Културният туризъм е разпознат като водещ приоритет за община Русе и има водещо място в плановите документи за регионално развитие, като на този етап се организират редица събития, характеризиращи се с недостатъчна атрактивност, за да формират устойчив туристически поток за по-дълъг период от време.

Русе в националните дестинации

Област Русе е включена от Министерство на туризма в 1) национална дестинация за винено-кулинарен туризъм „Мизия“ - Оряхово, Плевен, Свищов, Русе (включва обектите Пещера Орлова чука - Ивановски скални църкви - Басарбовски скален манастир - Лесопарк „Липник“ - Сексагинта Приста) и 2) културно-историческа дестинация „Столиците и градовете на българските царе и патриарси“ с маршрут Велико Търново – Русе – Шумен – Плиска – Мадара – Преслав – Силистра – Провадия – Варна. Дестинация – „Мизия“ (включва Русе, Басарбовски скален манастир „Св. Димитрий Басарбовски“, Катедрален храм "Св. Троица", Средновековен град Червен, Ивановски скални църкви и стенописи). Развитието на тези продукти и тяхното промотиране в национален, европейски и световен мащаб ще даде възможност за повишаване на разпознаваемостта на обектите и привличането на повече посетители в областта.

Туризъм с потенциал

Основа за развитие на туризъм са местните фолклор, бит, култура и обичаи. Акцент следва да бъде поставен и върху религиозният туризъм. Достъпът до река Дунав разкрива много възможности за създаване на комплексни туристически продукти, базирани на традициите на рибарските общности в риболова, кулинарията, производството на рибни продукти, които да бъдат адаптирани към спецификата на различните поколения туристи. Потенциал за разработка на нови продукти дават и стопанските дейности в региона като винопроизводство, гъбарство, лов и риболов, езда. Биологичното разнообразие е потенциал за развитие на устойчив екотуризъм. Други възможности се крият в културното наследство, природните дадености, историческото богатство и развитието на фестивален и еко туризъм.

Потребности

На база на развития по-горе анализ може да се заключи, че е налице необходимост от диверсифициране на маркетинговите подходи към българските и чуждестранните туристи, структуриране, развиване и промотиране на разпознаваем регионален туристически продукт, който да отличи региона, да привлича целогодишно платежоспособни туристи и да удължи техния престой и адаптиране на подходите за достигане до потребителите според начина, по който те търсят информация за продукта. При разработването на туристически продукти следва да се отчитат различията в поколенията, защото те влияят на избора на дестинация и начина на комуникация с потребителите.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Повишаването на конкурентоспособността на туризма играе ключова роля за осигуряването на динамичен и устойчив растеж на сектора. За постигането на тази цел в следва да се развиват иновации в туризма, да се подобри качеството на предлагането във всичките му измерения, да се подобрят професионалните квалификации, да се преодолее сезонността на търсенето и да се диверсифицира предлагането на туристически услуги.

REFERENCES

Aktualizirana Natsionalna strategiya za ustoychivo razvitie na turizma v Republika Bulgariya 2014-2030 g. i Plan za deystvie kam neya za perioda 2017- 2020 g. s Reshenie № 65 ot 2 fevruari 2018 g. na Ministerskiya savet. *(Оригинално заглавие: Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. и План за действие*

към нея за периода 2017- 2020 г. с Решение № 65 от 2 февруари 2018 г. на Министерския съвет)

Global peace index, 2018, URL: <http://static.visionofhumanity.org/sites/default/files/>

Kontseptsiya za turistichecko rayonirane na Bulgariya na osnovanie chl. 16, al. 1 ot Zakona za turizma (ZT), utvardena sas Zapoved №T-RD-16-103/11.03.2015g. ot ministara na turizma (**Оригинално заглавие:** Концепция за туристическо райониране на България на основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма (ЗТ), утвърдена със Заповед №Т-РД-16-103/11.03.2015г. от министъра на туризма)

Ministerstvo na turizma, Mezhdunaroden turizam – Bulgariya yanuari – dekemvri 2018 g., (**Оригинално заглавие:** Министерство на туризма, Международен туризъм – България януари – декември 2018 г.),

URL: <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-za-mezhdunaroden-turizam-v-bulgariya-za-2018-g>

NSI, Danni za turizma (**Оригинално заглавие:** НСИ, Данни за туризма) URL: <http://www.nsi.bg/bg/content/1847/%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8A%D0%BC>

NSI, Naeti litsa i sredna brutna rabotna zaplata prez parvoto trimesechie na 2019 godina (**Оригинално заглавие:** НСИ, Наети лица и средна брутна работна заплата през първото тримесечие на 2019 година) URL: http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/EmpSalary2019q1_8OZNSGO.pdf

Siemens Bulgariya & Germano-Balgarska industrialno-targovska kamara, Prouchvane za nivoto na digitalizatsiya v Bulgariya. (**Оригинално заглавие:** Siemens България & Германско-Българска индустриално-търговска камара, Проучване за нивото на дигитализация в България) URL: https://bulgarien.ahk.de/fileadmin/AHK_Bulgarien/News/Digitalization_Survey_Bulgaria-BG.pdf

Strategiya za ustoychivo razvitie na turizma v oblast Ruse 2020 – 2030 (**Оригинално заглавие:** Стратегия за устойчиво развитие на туризма в област Русе 2020 – 2030), непубликувана

Transparency International Bulgaria, URL: http://transparency.bg/bg/transp_indexes

UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.17, Issue 1, January 2019, URL: <http://publications.unwto.org/>

Zakon za turizma, v sila ot 26.03.2013 g., Obn. DV. br.30 ot 26 Mart 2013g., izm. DV. br.60 ot 30 Yuli 2019g. (**Оригинално заглавие:** Закон за туризма, в сила от 26.03.2013 г., Обн. ДВ. бр.30 от 26 Март 2013г., изм. ДВ. бр.60 от 30 Юли 2019г.)