

ПРОБЛЕМИ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ

ПРОФ. Д-Р ОГНЯНА СТОИЧКОВА

ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ

Abstract

The paper stresses on the problems, directly concerning the competitiveness of the tourist industry in Bulgaria. The difficulties in this branch due to the global financial and economic crises are taken under consideration and according to these the most important tasks are underlined – the training and improvement of the staff involved in tourist industry, the organization and the quality of the activities in tourism including advertising and marketing policy; the financial facilities in touristic sphere; the modernization of the material base of the Bulgarian resorts, etc.

Key words: *competitiveness of the tourist industry, financial and economic crises, staff training, advertising and marketing in tourism, financial facilities in tourism*

Туризмът в България е приоритетен отрасъл и на него се възлагат големи надежди като икономически и социален фактор в настоящото и бъдещото развитие на страната ни. Предпоставка за това са нашите природни, исторически, етнографски и някои други естествени фактори, както и външнополитическият фактор – членството на България в икономическия съюз на Европа, повишеният интерес и доверие към страната и обстоятелството, че тя все още е недостатъчно позната чуждестранните туристи, но и за немалка част от българите. Изострената чуждестранна конкуренция на производства, стоки, услуги, пред която е изправена страната ни след влизането ѝ в ЕС, налага постоянно да се прави трезва оценка на отраслите на стопанството, които трябва да издържат на тази конкуренция и да представят България на равнище, приемливо за стандартите на обединена Европа. Проблемите са както пред нашето родно индустриално производство (свързани с техническото му оборудване и технологията на производствения процес), така и пред селското стопанство (от гледна точка производителността на труда, качеството на продукцията и нейната екологична чистота). Трудно е за икономиката

на страната ни да поддържа стандартите, наложени ни от европейските институции, които рефлектират върху състоянието на туристическата индустрия като цяло. Необходима е голяма инициативност, висока компетентност, упорит труд и което е изключително важно – нови инвестиции.

Обективният поглед върху даденостите на българската икономика да развива туризма като конкурентоспособен отрасъл изискват да се отчете следното:

– За развитието на туризма у нас има добра материална база с широк обхват и многопосочност от познавателен, рекреационен и битов характер, привлекателен за наши и особено за чуждестранни туристи. На сравнително малка териториална дистанция се съвместяват планински, равнини, крайморски и крайречни пейзажи с привлекателни места за почивка, отдих, лечение и спорт;

– България все още е малко позната и дори непозната за много чужденци. Пренаситени от видяното и преживяното в световно известните европейски и извъневропейски туристически региони, комплекси и обекти те биха желали да видят и се докоснат до естествени природни феномени, исторически и археологически обекти, интересни своеобразни битови и фолклорни традиции, които са налице у нас;

– На територията на страната ни има условия за развитие на разнообразни форми на туризъм – маршрутно-познавателен, културен, религиозен, селски, зимен, екологичен, рекреационен, ловен, риболовен, яхтен, хазартен, индустриален, тоталитарен, винарски и други. Във всички тези направления в туристическата дейност нашата страна предлага добри условия и възможности за задоволяване на най-специфичните изисквания на специализирани групи туристи или на отделния турист;

– В България има сравнително добра организация за разнообразна туристическа инфраструктура, включваща туристически услуги, почивна база, хотелиерски и

ресторантърски услуги, съвременна информационна и комуникационна технология, квалифициран обслужващ персонал в системата на туризма¹;

– Изградена е и продължава да се изгражда модерна база на стационарния туризъм, особено по Черноморското крайбрежие. По черноморския ни бряг се оформиха туристически комплекси с модерни хотели, битови и атракционни заведения, задоволяващи и най-претенциозните посетители. Същото се отнася и до големите зимни курорти – Боровец, Пампорово и Банско, със съоръжения и условия за активна зимна почивка и спорт. Поставено е началото на изграждането на селския туризъм у нас, за който в страната ни има необходимите предпоставки.

Всичките тези условия обективно благоприятстват развитието на България като желана туристическа дестинация за чуждестранните посетители. Те от своя страна, посетили веднъж страната ни, остават нейни приятели и доброжелатели и същевременно най-добри пропагандатори на нейната привлекателност сред свои съотечественици. Потвърждение за това е, че през последните години броят на чуждестранните туристи непрекъснато нараства, а държавните приходи от туризма се увеличават ежегодно. Броят на чуждестранните туристи, посетили България за периода януари-декември 2011 г. е с 4.6% повече спрямо същия период на 2010 г. Увеличение от 6.1% при посещенията с цел почивка и ваканция, както и в посещенията с цел бизнес с 4.1 % и посещенията с цел гостуване с 0.5%. Приходите от международен туризъм за периода януари – ноември 2011 г. възлизат на 2 752.6 млн. евро, което е с 3.8 % повече в сравнение със същия период на 2010 г. През периода януари – декември 2011 г. България е посетена общо от 8 712 821 чужденци. Увеличението спрямо предходната година е 4.0%.

Посещенията с цел туризъм, според определенията на Световната организация по туризъм, са 6 328 023. Техният брой е с 4.6% повече спрямо 2010 г. Увеличение има при посещенията с цел почивка и ваканция с 6.1%, като са реализирани 4 484 248 посещения, при посещенията с цел бизнес с 4.1%, като са реализирани 971 735 посещения и при посещенията с цел гостуване от 0.5% с

¹ За състоянието на обслужването и квалификацията на персонала в туризма могат да се посочат множество претенции и проблеми за решаване.

реализирани 144 308 посещения. Намаление има при други посещения на чуждестранни туристи с (-2%), като са реализирани 727 732 посещения.²

Показателен е и обхватът на ангажираните лица в различни дейности в системата на туризма. В България пряко заетите лица в туризма са 180 000, а със съпътстващите ги туристически дейности те наброяват 400 000³. От над 163 000 през 2009 г. заетите са намалели на около 152 000 през 2010 г., или има понижение над 10 %.⁴ Приблизително такъв е процентът на работещите във всички звена на туристическата индустрия в световен мащаб.

Въз основа на този кратък преглед на състоянието на туризма в България могат да се направят някои обобщения, а именно:

- националният туризъм е един от най-динамичните по развитие, глобално социален и финансово впечатляващ отрасъл на родното стопанство;
- съвременният туризъм, както в световен, така и в национален обхват, е превърнат в самостоятелен отрасъл на стопанството, в резултат на неговата масовизация, конкретизация и демократизация;
- успехите в развитието на туристическата индустрия в България се базират на привлекателните природни и културни забележителности на страната, разширяващата се и модернизираща се материална база и непрекъснато усъвършенстващата се техника и технология на туристическото обслужване във фирмен и национален обхват;
- приобщаването на страната ни към НАТО и ЕС обуславя нарастващото доверие и интерес към България и е важен фактор за включването ѝ в процесите на глобализация и интеграция на съвременното общество. Всичко това действително съществува като дадености, но до укрепването на страната ни като развита туристическа страна трябва да се измине още не малък път в организационно, техническо, технологическо, образователно, културно и правно отношение.

² http://bulgariatravel.org/bg/page_display/85

³ <http://uphill-bg.com/>

⁴ “Туризмът като ключов сектор за осигуряване на заетост в България и Австрия”. Проект за сътрудничество в областта на политиката на пазара на труда между Федералното министерство на труда, социалните въпроси и защита на потребителите на Австрия и Министерството на труда и социалната политика на България. Семинар на МТСП в Смолян, 11.03.2011 г.

Таблица №1
ПОСЕЩЕНИЯ НА ЧУЖДЕСТРАННИ ТУРИСТИ В БЪЛГАРИЯ 2011 г.
(януари-август)

№о.	ДЪРЖАВИ	БРОЙ	11/10%	№о.	ДЪРЖАВИ	БРОЙ	11/10%
	ОБЩО	4 692 947	5.0				
1	ГЪРЦИЯ	694 883	8.0	21	МОЛДОВА	46 670	21.3
2	РУМЪНИЯ	659 948	4.6	22	САЩ	44 999	9.8
3	ГЕРМАНИЯ	524 658	-2.9	23	БЕЛАРУС	36 266	-12.2
4	РУСИЯ	386 545	20.0	24	ШВЕЦИЯ	35 079	1.3
5	МАКЕДОНИЯ	246 832	19.4	25	НОРВЕГИЯ	35 078	-15.9
6	ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	221 956	-1.4	26	ИСПАНИЯ	34 867	-0.4
7	ПОЛША	188 973	-3.1	27	ФИНЛАНДИЯ	28 935	2.1
8	СЪРБИЯ	169 415	18.9	28	ИРЛАНДИЯ	20 083	-11.8
9	УКРАИНА	147 475	24.0	29	ШВЕЙЦАРИЯ	19 807	-11.0
10	ТУРЦИЯ	126 932	-7.6	30	СЛОВЕНИЯ	14 304	-0.6
11	ЧЕХИЯ	121 702	-8.9	31	КИПЪР	13 927	-10.1
12	ФРАНЦИЯ	110 308	-0.9	32	АЛБАНИЯ	11 848	170.9
13	ИЗРАЕЛ	109 572	13.3	33	КАНАДА	10 507	9.2
14	АВСТРИЯ	87 143	6.8	34	ХЪРВАТИЯ	10 442	10.0
15	НИДЕРЛАНДИЯ	78 964	-4.9	35	АВСТРАЛИЯ	9 958	32.0
16	УНГАРИЯ	75 957	-0.5	36	ПОРТУГАЛИЯ	7 197	-1.7
17	ИТАЛИЯ	74 141	3.0	37	ЛИТВА	7 499	-9.3
18	ДАНИЯ	63 578	-2.2	38	ЕСТОНИЯ	6 134	-11.3
19	БЕЛГИЯ	52 009	0.1	39	ЛАТВИЯ	4 383	-15.5
20	СЛОВАКИЯ	48 702	-1.2	40	КИТАЙ	4 375	3.5

Източник: По данни от НСИ

Таблица №2
УТВЪРДЕН ПРИЕМ НА СТУДЕНТИ В БЪЛГАРСКИТЕ ВИСШИ УЧИЛИЩА В
СПЕЦИАЛНОСТ „ТУРИЗЪМ“ ЗА УЧЕБНАТА 2012/2013 г.⁵

№	ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ	БРОЙ СТУДЕНТИ
1.	АГРАРЕН УНИВЕРСИТЕТ - ПЛОВДИВ	63
2.	ВЕЛИКОТЪРНОВСКИ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЙ"	40
3.	ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА	398
4.	ЛЕСОТЕХНИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - СОФИЯ	50
5.	ПЛОВДИВСКИ УНИВЕРСИТЕТ "ПАИСИЙ ХИЛЕНДАРСКИ"	100
6.	СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ"	55
7.	СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ "ДИМИТЪР ЦЕНОВ" - СВИЩОВ	2278А
8.	ТРАКИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ - СТАРА ЗАГОРА	
9.	УНИВЕРСИТЕТ "ПРОФ. Д-Р АСЕН ЗЛАТАРОВ" - БУРГАС	232
10.	УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО - СОФИЯ	3720Б
11.	УНИВЕРСИТЕТ ПО ХРАНИТЕЛНИ ТЕХНОЛОГИИ - ПЛОВДИВ	90
12.	ШУМЕНСКИ УНИВЕРСИТЕТ "ЕПИСКОП КОНСТАНТИН ПРЕСЛАВСКИ"	70
13.	ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ" - БЛАГОЕВГРАД	110
14.	КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ - БЛАГОЕВГРАД	400
ОБЩО:		1608

^{А,Б} Посочен е общият брой на студентите в направление „Икономика“, в рамките на който след втори курс се обособяват групите на студентите, желаещи да продължават в спец. „Туризъм“

⁵ МС на РБългария. РЕШЕНИЕ № 375 от 11 май 2012 година за утвърждаване броя на приеманите за обучение студенти и докторанти във висшите училища и научните организации на република България през учебната 2012 – 2013 г. Към тези данни трябва да се прибавят и бройките обучавани студенти по туризъм в още осем висши училища, които разпределят желаещите да учат тази специалност след втората година в рамките на утвърдения прием по направление „Икономика“ или „Администрация и управление“.

Приходите от международен туризъм в текущата сметка на платежния баланс по данни на БНБ за периода януари - юли 2011 г. възлизат на 1 544.6 млн. евро, което е с 5.2 % повече в сравнение със същия период на 2010 г. Разходите на българските граждани за пътувания в чужбина за периода януари - декември 2011 г. са общо 958,72 млн. евро или с 3% повече спрямо 2010 г.⁶

Считаме, че сред най-належащите за разрешаване проблеми пред туристическата индустрия в България, които ще издигнат равнището на отрасъла и неговата конкурентоспособност са следните:

1. Още по-широко популяризиране на страната ни като интересна и привлекателна туристическа дестинация.

България има задачата и отговорността да покаже себе си, да разкрие и демонстрира своите особености и възможностите, които предлага за активен многообразен туризъм. Развитието на туристическата индустрия трябва да се базира твърдо на националната идентичност на българския туризъм, да демонстрира и характеризира със съответната доза емоционалност своеобразието и привлекателността на националния туристически продукт. Този процес безспорно е бавен и труден, тъй като трябва да се преодолеят предразсъдъци, трябва да се отстоява на мощна конкуренция от страна на държави с утвърден имидж и традиции в туризма, но той е реално осъществим при правилно ориентирана национална политика в областта на туризма. Всичко това може да се осъществи със силата на информационната и рекламната дейност у нас и особено в чужбина. По отношение на рекламата страната ни изостава твърде много, от което губи не само туристическата индустрия, но и макроикономиката на България. Може да се поспори относно закриването на самостоятелната административна единица към Министерския съвет - Изпълнителната агенция за национална информация и реклама, чиято главна роля трябваше да бъде съдействие за увеличаване притока на чуждестранни инвеститори в туризма. Чуждестранните преки инвестиции в хотелиерството и ресторантьорството през 2010 г. възлизат на 484 369.7 хил. евро⁷. Засега те са ярко открити от страна на Германия. Сега тази роля се очаква да изпълнява дирекцията към Министерството а

икономиката, енергетиката и туризма „Маркетинг, реклама и информация в туризма. Положителна роля в това отношение несъмнено имат и разкритите наши туристически представителства в чужбина, на първо място в Москва, Франкфурт и Лондон.

Всички тези инициативи са във възможностите на държавата и нейните административни звена, които трябва да дадат подкрепа на многобройните туристически фирми, тъй като последните не са в състояние да се справят с големите и обхватни проблеми в областта на туристическата индустрия. Броят на тези фирми е голям, но по същество те са малки формирания с ограничени възможности. Туризмът у нас се ръководи от Министерството на икономиката, енергетиката и туризма. Не са секнали дискусиите по отношение на потребността от създаване на самостоятелен правителствен орган (Министерство на туризма), който да се изяви като носител на националната туристическа политика, със специфични задачи, конкретни програми и правилно регламентиране при крайна цел – повишаване качеството на туристическите дейности и издигането на туризма на съвременно ниво, превръщането му в един от най-конкурентоспособните отрасли на икономиката ни.

2. Обновяване и осъвременяване на материалната база на туризма.

В тази посока е направено и продължава да се прави най-много. Основните курорти и курортни комплекси както по Черноморието, така и в планинските части на страната, имат необходимата представителност съобразно европейските стандарти. Те предлагат на посетителите необходимия комфорт за пълноценен отдих, почивка и развлечения. Организирането на маршрутно-познавателния туризъм също е на висота, макар че тук са възможни значителни нововъведения както по отношение транспортното обслужване и качеството на пътищата, така и относно екологичната обстановка във и около посещаваните природни и исторически обекти в страната. Съобразно съвременните изисквания се изгражда глобална инфраструктура, на разположение на посетителите е информационна и комуникационна система, удовлетворяваща техните житейски и служебни нужди.

Процесът на модернизация на материалната база на туризма трябва да продължи и то не само с оглед удовлетворяване изискванията на съвременния високотелен турист, но и от гледна точка повишаване имиджа на България

⁶ www.mi.government.bg. BG Tourism January 2012 Balance Dec 2011

⁷ <http://www.nsi.bg>

като туристическа дестинация. Известно е, че страната ни се посещава от по-бедните обществени слоеве в развитите държави, тъй като пребиваването им у нас е сравнително поевтино в сравнение с редица други страни. Така например едноседмичен престой на турист в България възлиза средно на 45 щ. долара, докато в Гърция той е 780, а в Турция – 826. Тези ниски разходи при туристопосещенията у нас от една страна, имат привлекателна сила, но, от друга, те представят страната ни на туристическия пазар в негативна светлина на туристическия пазар.

Важно условие за повишаване престижността на туристическа България е усъвършенстването и модернизацията на материалната база на туризма във всички нейни измерения. Следва да се отдели и необходимото внимание на намиращите се в начално развитие селски туризъм, екотуризъм, ловен и риболовен туризъм и редица други клонове на туристическата дейност. И тук е нужна сериозната подкрепа на държавните органи по посока стимулиране на фирмите и лицата, ангажирани със съответната дейност, чрез данъчни облекчения, дългосрочно кредитиране и материално стимулиране. Това се налага от обстоятелството, че страната ни трябва да догонва държави с утвърдени традиции и постижения в различните клонове на туристическата индустрия.

3. Качеството на туристическите услуги и човешкият фактор като основен и определящ за развитието на туризма в България. Този фактор се откроява от специалистите като основен, най-важен и най-приносен за развитието на отрасъла. Това е всеобща констатация на всички изследователи. На не един и два научни форуми този проблем е поставян с пълната си сериозност. Няма различно мнение от това, което застъпва тезата, че личностният елемент доминира над материалния по отношение на комплексните качествени характеристики на туристическия продукт. Рационалното използване на условията за туристическа дейност, повишаването и поддържането на висока технологична култура в отрасъла, както и крайната резултатност и качеството на труда в туризма зависят и се определят от качеството на работната сила, на нейната обща и конкретна професионална подготовка, организация, етика и морал. При това тази работна сила е задължена да се развива и усъвършенства изпреварващо по отношение изискванията на туристическия пазар, на

техническите, технологическите, информационните и комуникационни новости, на непрекъснато повишаващите се изисквания на обслужвания турист. "... Винаги, когато става въпрос за повишаване конкурентността на продукта, фирмите го постигат преди всичко чрез персонала – Конкурентността е силно зависима от хората, от техните знания, умения, трудови навици и поведение"⁸.

Въпросите на човешкия фактор в туризма отдавна са обект на специално внимание, поради изключителната им важност за издигане на качеството и конкурентоспособността на туризма. Както Световната организация на туризма (СОТ), така и регионалните и национални туристически организации и звена обосновават, препоръчват и внедряват изисквания и правила за подобряване и усъвършенстване подготовката на туристическите кадри. Насочеността обаче е предимно в професионален аспект. Значително изостава проблемът за комплексната образователна подготовка на работещите в отрасъла, за тяхната обща култура и възпитание. Несъмнено те са основата, върху която работещите в системата на туризма надграждат своите професионални умения и опит, развиват и утвърждават индивидуалните си качества. Без обща образование, без достатъчна обща култура и спазване на етичност в отношенията трудно се гради авторитет и престиж в системата на туризма. По наше мнение от мениджъра, който планира и ръководи дейността на туристическата фирма, от администратора, обслужващ чуждестранните туристи, и най-вече от екскурзовода, който съпровожда и общува с тях през целия им престой в страната се създава представа за авторитета на страната ни, за манталитета на българите и стойностите на българската нация и икономика.

Отговорността за подготовката на кадри за туризъм в много голяма степен е върху висшите училища, които имат ангажимент да образоват и обучат кадри в това направление. Статистиката сочи, че към 2012 г. в България немалко висши училища имат право да дипломират студенти в специалност „Туризъм“. Не трябва да се пренебрегват и тези средни училища, в които се провежда профилирано обучение – професионалните гимназии по туризъм и професионалните

⁸ Рибов, М. Конкуренция и конкурентност на туристическия продукт. С., Унив. изд. „Стопанство“, УНСС, 1994, с. 122

колежи, които се създават по закона за народната просвета. Техният брой не е никак малък, но сред работодателите и самите обучаеми в нашата страна се е формирало мнение, че дипломите, които получават в системата на средното образование нямат стойност, а тежест при назначаването на работа имат само дипломите за „бакалавър“ и „магистър“. Би било много добре, ако тази погрешна представа се разчупи и при назначаването на работа се дава приоритет на истинската подготовка на младите кадри – общата култура, езиковата подготовка, умение за работа под напрежение и постоянно повишаване на квалификацията.

Проблемите, свързани с развитието на туристическата индустрия в България са належащи за разрешаване. В тази посока влияние оказват няколко основни фактора – природните и антропогенни дадености, разширяващата се и модернизираща се материално-техническа база и членството на страната ни към ЕС и нейното общото икономическо състояние. Важен, специфичен за туризма проблем е нивото на подготовка на персонала, зает в този отрасъл. Образователната подготовка и възпитание на туристическите кадри, както в основния етап

на тази подготовка, така и при тяхната допълнителна квалификация стои много остро и не трябва повече да се подценява. Откритите висши училища за подготовка на кадри за туризма имат важно място и отговорност за изграждането и формирането на основните кадри в системата на туризма, обогатявайки ги със знания, умения и правилни позиции на отношение при изпълнение на тяхната отговорна професионална дейност, а с това и за оформянето на страната ни като привлекателна туристическа дестинация.

Литература

Рибов, М. Конкуренция и конкурентност на туристическия продукт. С., Унив. изд. „Стопанство“, 1994
МС на РБългария. Решение № 375 от 11 май 2012 година за утвърждаване броя на приеманите за обучение студенти и докторанти във висшите училища и научните организации на република България през учебната 2012 – 2013 г.
<http://bulgariatravel.org/bg>
<http://mi.government.bg>. BG Tourism January 2012 Balance Dec 2011
<http://www.nsi.bg>