

TOURISM COMPETITIVENESS OF THE BALKAN STATES – COMPARATIVE ANALYSIS

Abstract: The aim of the present study is to analyze the components of the tourism competitiveness of the Balkan states and to help positioning of Bulgarian tourism. It uses the World Economic Forum report 2017 as a main source of data. The results may be used in practice of Bulgaria's tourism policies.

Keywords: Tourism Competitiveness, Index, Subindices, Pillars.

Authors information:

Krasimir Levkov
Assoc. Prof., PhD
University of Agribusiness and
Rural Development, Plovdiv
✉ krasimirlevkov@gmail.com
🌐 Bulgaria

Veliko Velikov
Prof., PhD
University of Agribusiness and
Rural Development, Plovdiv
✉ v.d.velikov@abv.bg
🌐 Bulgaria

Проблематиката на туристическата конкурентоспособност не е нова за българските изследователи [4,5; 6; 3; 1, 2]. Нейната актуалност произтича от осъзнатата необходимост от устойчиво развитие на туризма на всички равнища на териториалното му проявление – от локално до глобално.

Осигуряването на трайна туристическа конкурентоспособност на туристическа дестинация България е заложено като основна цел и в стратегията за устойчиво развитие на туризма в България 2014 – 2030 г. [7] Показателно е, че в посочения документ с обем от 114 страници изразът „туристическа конкурентоспособност“ е употребен над 20 пъти! В стратегията се подчертава, че за да подпомага устойчивото развитие на туристическата индустрия, тя (стратегията, б.а.) трябва „да се опира в максимална степен на информацията, придобита от маркетинговите проучвания, доклади, анализи и прогнози в т.ч. на международни източници като Световната туристическа организация към ООН, Европейската туристическа комисия, World Tourism & Travel Council, Euromonitor, Eurostat и др.“ [7, с. 3]

Считаме, че в тази връзка много подходящ източник на информация е анализът на Световния икономически форум [8]. За целите на анализа се изчислява синтетичният показател *индекс на туристическа конкурентоспособност (The Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI)*. При изчисляването на индекса за 2017 г. са включени 136 страни, като от балканските държави липсва единствено Косово. Данните за останалите 11 страни са достатъчни, за да се очертаят силните и слабите страни при позиционирането на България като туристическа държава спрямо нашите съседи, които са ни и преки конкуренти на регионалния туристически пазар.

Структурата на TCCI включва 4 субиндекса, съдържащи общо 14 стълба (групи от показатели). Общият брой на показателите е 90. Оценка на страните по всеки показател се приравняват по скала със стойности от 1 до 7. При изчисляването на индекса за 2017 г. с най-високи стойности са Испания – 5,43, Франция – 5,32 и Германия – 5,28.

Субиндексите са:

1. Околна среда.
2. Туристическа политика.
3. Инфраструктура.
4. Природни и културни ресурси.

Показателите в **субиндекс 1** са групирани в общо 5 стълба: 1) *бизнес среда*, 2) *безопасност и сигурност*, 3) *здраве и хигиена*, 4) *човешки ресурси и трудов пазар* и 5) *ИКТ готовност*. Тези показатели характеризират икономическата и социалната среда, в която се развива туризмът. През 2017 г. с най-високи средни стойности за субиндекс *околна среда* са Хонгконг и Швейцария с по 6,2 и Финландия с 6,1.

Стойностите на балканските държави по субиндекс 1 са представени в табл. 1. Анализът на данните от таблицата показва, че регионален лидер по този субиндекс е Словения със средна стойност 5,3, следвана плътно от България, Гърция и Хърватия с по 5,2. Стойностите на повечето от балканските страни са в тесни граници, много близки до средната стойност за региона (5,0). Най-ниско оценени са Босна и Херцеговина с 4,6 и Турция с 4,5. Тези стойности обаче са получени при осредняването на стойностите по посочените по-горе пет стълба. Ранжирането по отделните стълбове е доста по-различно, а вариациите в стойностите на отделните страни – значително по-големи (табл. 1). Регионът като цяло има най-висока стойност по стълб *здраве и хигиена* (6,0), а най-слаба е позицията му по стълб *бизнес среда* (4,2).

Стойностите и позициите на България за субиндекса като цяло (5,2, наравно с Гърция и Хърватия) и по отделните му стълбове може да се оценят като благоприятни. Под средната за региона е само стойността ни по стълб *безопасност и сигурност* (изпреварваме единствено Турция).

Таблица 1.
Стойности по субиндекс 1 околна среда.

Стълбове / Страни	Бизнес среда	Безопасност и сигурност	Здраве и хигиена	Човешки ресурси и трудов пазар	ИКТ готовност	Средно за субиндекс 1
Албания	4,1	5,7	5,2	4,9	4,1	4,8
Босна и Херцеговина	3,5	5,4	5,7	4,2	4,3	4,6
България	4,5	5,1	6,6	4,7	5,0	5,2
Гърция	4,1	5,6	6,6	4,8	4,9	5,2
Македония	4,8	5,6	6,0	4,4	4,6	5,1
Румъния	4,4	5,8	6,1	4,4	4,7	5,1
Словения	4,3	6,2	6,0	4,9	5,2	5,3
Сърбия	4,0	5,4	6,0	4,4	4,8	4,9
Турция	4,5	4,1	5,4	4,3	4,3	4,5
Хърватия	4,0	6,1	6,4	4,4	5,0	5,2
Черна гора	4,4	5,4	5,8	4,5	4,8	5,0
Средно за региона *	4,2	5,5	6,0	4,5	4,7	5,0

* изчисления на автора

Таблица 2 съдържа резултатите по **субиндекс 2 туристическа политика**. Субиндексът е съставен от 4 стълба: *приоритизация на туризма*, *международна отвореност*, *ценова конкурентоспособност* и *устойчивост на околната среда*. Глобален лидер е Сингапур с оценка 5,1.

Средната стойност за държавите от региона е 4,2, а лидери са Гърция с 4,7 и България с 4,6. Най-ниско оценени са Турция и Босна и Херцеговина – с по 3,8, което отново показва относително малките различия между балканските страни по средната стойност за субиндекса. И в този случай вариациите в стойностите на страните по отделните стълбове са по-значителни.

Таблица 2.
Стойности по субиндекс 2 туристическа политика.

Стълбове / Страни	Приоритизация на туризма	Международна отвореност	Ценова конкурентоспособност	Устойчивост на околната среда	Средно за субиндекс 2
Албания	4,6	2,4	4,7	4,1	4,0
Босна и Херцеговина	3,7	2,4	4,3	3,9	3,8
България	4,3	3,9	5,3	5,0	4,6
Гърция	5,5	4,1	4,7	4,5	4,7
Македония	4,3	2,6	5,2	3,7	4,0
Румъния	3,8	3,9	4,7	4,4	4,2
Словения	4,8	3,7	4,6	5,1	4,4
Сърбия	3,6	2,4	4,8	4,2	3,8
Турция	4,3	3,9	4,9	3,7	4,2
Хърватия	4,5	4,2	4,4	4,7	4,4
Черна гора	4,6	2,4	4,8	4,3	4,0
Средно за региона *	4,4	3,3	4,8	4,3	4,2

* изчисления на автора

Позициите на региона са най-добри по стълб *ценова конкурентоспособност* (4,8). Обща слабост е ниската *международна отвореност*, оценена едва с 3,3.

България стои добре между балканските си съседи по субиндекс 2 като цяло и по отделните стълбове, с изключение на стълб *приоритизация на туризма*, където с оценка 4,3 дели шестото място с Турция и Македония. Най-високо оценена е по стълб *ценова конкурентоспособност* – 5,3, първо място в региона.

Резултатите по **субиндекс 3** отразяват конкурентоспособността на страните по отношение състоянието на **инфраструктурата**. Общата оценка за субиндекса се формира от оценките по три стълба: *инфраструктура на въздушния транспорт*, *сухопътна и пристанищна инфраструктура* и *туристическа инфраструктура*. Безспорно и трите стълба имат пряко отношение към развитието на туризма. Средната за региона оценка е 3,7, а при отделните страни стойностите варират в много широки граници: от 4,6 при Гърция до 2,7 при Босна и Херцеговина. Те показват голямото изоставане на региона от глобалните лидери САЩ, Сингапур и Швейцария (оценени с по 5,7).

Позицията на България по субиндекс 3 също може да се оцени като недостатъчно конкурентна. Със стойност 3,8 тя е на средно за региона равнище, като отстъпва на преките си конкуренти Гърция, Турция и Хърватия. При отделните стълбове от индекса сме позиционирани добре само по стълб *туристическа инфраструктура* (стойност 5,8, второ място в региона след Хърватия), докато най-критични са позициите ни при *инфраструктурата на въздушния транспорт* – оценка 2,4 и едва 6-8-мо място в региона, наравно с Румъния и Сърбия.

Таблица 3.
Стойности по субиндекс 3 инфраструктура.

Стълбове / Страни	Инфраструктура на въздушния транспорт	Сухопътна и пристанищна инфраструктура	Туристическа инфраструктура	Средно за субиндекс 3
Албания	2,0	3,1	3,9	3,0
Босна и Херцеговина	1,8	2,5	3,9	2,7
България	2,4	3,1	5,8	3,8
Гърция	4,3	3,7	5,7	4,6
Македония	2,2	3,3	4,0	3,2
Румъния	2,4	2,8	4,4	3,2
Словения	2,5	4,8	5,4	4,2
Сърбия	2,4	2,8	3,9	3,0
Турция	4,7	3,5	4,7	4,3
Хърватия	3,0	3,9	6,3	4,4
Черна гора	3,0	3,2	5,4	3,9
Средно за региона *	2,8	3,3	4,9	3,7

* изчисления на автора

Субиндекс 4 природни и културни ресурси е представен от едноименните стълбове, като към културните ресурси са отнесени и бизнес пътуванията (табл. 4). Позициите на балканските държави по този субиндекс в сравнение с останалите субиндекси са най-слаби. Средната стойност за региона е едва 2,6, много далеч от глобалните лидери Китай (6,1), Бразилия и Испания (по 5,9). Регионални лидери са Гърция и Хърватия с по 3,6 и Турция с 3,5; България е четвърта с 3,0.

Тази средна оценка не е особено представителна за позициите ни по двата стълба. По първия с оценка 3,8 сме трети в региона (заедно със Словения), след Хърватия и Гърция. По втория стълб с 2,1 сме на средното за балканските държави ниво, отстъпвайки значително на регионалния лидер Турция (4,1), а също и на Гърция, Хърватия и Румъния.

С най-слаби позиции по стълб природни ресурси в региона е Босна и Херцеговина (1,8), а по културни ресурси и бизнес пътувания – Албания и Черна гора (1,1).

Таблица 4.
Стойности по субиндекс 4 природни и културни ресурси

Стълбове / Страни	Природни ресурси	Културни ресурси и бизнес пътувания	Средно за субиндекс 4
Албания	2,2	1,1	1,7
Босна и Херцеговина	1,8	1,4	1,6
България	3,8	2,1	3,0
Гърция	4,1	3,1	3,6
Македония	2,1	1,4	1,8
Румъния	3,0	2,3	2,6
Словения	3,8	1,5	2,6
Сърбия	2,0	1,7	1,8
Турция	3,0	4,1	3,5
Хърватия	4,5	2,8	3,6
Черна гора	2,6	1,1	1,8
Средно за региона *	3,0	2,1	2,6

* изчисления на автора

Таблица 5 съдържа данни за средната стойност на всяка от балканските държави по обобщения индекс на туристическа конкурентоспособност и по отделните субиндекси. Тя дава добра представа за позиционирането на страните както в света, така и в региона.

Като лидери по отношение на туристическата конкурентоспособност в региона се очертават Гърция и Хърватия, с много близки стойности и позиции между останалите балкански държави, както по общата стойност на индекса, така и по отделните субиндекси (табл. 5). Това в голяма степен съответства на тяхната специализация и формиран имидж на класически дестинации за комбиниран морски и културен туризъм.

България, заедно с Турция и Словения могат да се определят като подгласници на така определените регионални лидери. Най-впечатляващо е представянето на Словения, която много успешно компенсира обективно ограничените си (поради малките размери на страната) природни и културни ресурси с високи стойности по останалите субиндекси.

Таблица 5.

Индекс на туристическата конкурентоспособност на балканските държави

Страна	Ранг		Средна стойност	Субиндекси			
	в региона	в света		1	2	3	4
Гърция	1	24	4,5	5,2	4,7	4,6	3,6
Хърватия	2	32	4,4	5,2	4,4	4,4	3,6
Словения	3	41	4,2	5,3	4,4	4,2	2,6
Турция	4	44	4,1	4,5	4,2	4,3	3,5
България	5	45	4,1	5,2	4,6	3,8	3,0
Румъния	6	68	3,8	5,1	4,2	3,2	2,6
Черна гора	7	72	3,7	5,0	4,0	3,9	1,8
Македония	8	89	3,5	5,1	4,0	3,2	1,8
Сърбия	9	95	3,4	4,9	3,8	3,0	1,8
Албания	10	98	3,4	4,8	3,9	3,0	1,7
Босна и Херцеговина	11	113	3,1	4,6	3,8	2,7	1,6
Средно за региона *	-	-	3,8	5,0	4,2	3,7	2,6

* изчисления на автора

Румъния и Черна гора са на средно за региона равнище. Но, докато Черна гора е заела стабилно своята ниша в областта на морския ваканционен туризъм, северната ни съседка разполага с разнообразен и недостатъчно използван потенциал за разнообразни видове туризъм. В перспектива, при усъвършенстване на своята туристическа политика и инфраструктура тя може да се превърне в един от основните ни конкуренти в региона.

С най-ниска конкурентоспособност, значително под средната за региона се отличават страните от подгрупата на Западните Балкани (без Хърватия и Словения). Най-голямо и трудно за преодоляване е изоставането при Босна и Херцеговина, докато Македония, Сърбия и Албания вече подобряват своята обща и туристическа инфраструктура и активизират туристическата си политика.

Сравнение с резултатите от преди 2 г. показва, че България е подобрила позицията си в света с 4 места, придвижвайки се от 49-о на 45-о място. Прогрес регистрират също Албания (с 8 места) и Гърция (със 7), докато най-голям спад отбелязват Македония (7 места) и Черна гора (5 места). [8]

Детайлен анализ на позиционирането на България може да се направи въз основа на данните от Прил. 1. То съдържа стойностите и позициите на България в света по всички 90 показатели, формиращи Индекса на туристическа конкурентоспособност. Поради ограничения обем на изследването тук ще отбележим само някои по-съществени факти, които трябва да се отчитат при набелязването на конкретни мерки за подобряване на туристическата и общата икономическа политика на страната.

Резултатите по субиндексите **околна среда** и **туристическа политика** ни поставят в добри позиции спрямо останалите балкански държави, много близо до лидерите Гърция и Хърватия и почти наравно със Словения и Турция. В същото време резерви за повишаване на конкурентоспособността при тези субиндекси има, особено по отношение на стълбовете *безопасност и сигурност* и *приоритизация на туризма*, по които оценките ни са под средните за региона. По-проблематично изглежда позиционирането ни в световната класация по редица показатели, по които изоставаме от около и над 100 държави. Особено симптоматично е, че заемаме такава позиция по показатели, пряко характеризиращи туристическата ни политика, като *правителствени разходи за туризма* и *рейтинг на националната стратегия за туристически бранд* (вж. прил. 1).

Значителни резерви има и при другите два субиндекса – **инфраструктура** и **природни и културни ресурси**. Това е видно от слабите ни позиции по показателите *качество на пътищата*, *брой на бизнес пътуванията* и др. (прил. 1).

Заклучение: Позиционирането на България между балканските държави по отношение на туристическата конкурентоспособност може да се оцени като сравнително добро,

съответстващо на нейните ресурси и икономически реалности на настоящия етап от развитието на страната. Необходимо е да се вложат повече ресурси – финансови, организационни, интелектуални и др. за подобряване на състоянието в посочените критични области.

References:

1. Levkov, K. Myastoto na Bulgariya v svetovniya turizum (opit za pozitsionirane). Sp. Novo znanie, br. 1/2017. ISSN 2367-4598 (Online)
<http://science.uard.bg/index.php/newknowledge/article/view/208>.
2. Levkov, K. Turisticheskata konkurentosposobnost na stranite ot Chernomorskiya region. Chernomorski turisticheski forum na tema „Mestnata identichnost i globalniyat turizum”. 27-29.09.2017.
3. Neshkov, M. i dr. Konkurentosposobnost na turisticheskata destinatsiya. Fil OOD, Varna, 2013.
4. Ribov, M. Konkurentsia i konkurentosposobnost na turisticheskiya produkt. Sofiya: Stopanstvo, 2000.
5. Ribov, M. Upravlenie na konkurentosposobnostta v turizma. Sofiya:Trakiya-M, 2003.
6. Stoichkova, O. Problemi za povishavane na konkurentosposobnostta na turisticheskata industriya na Bulgariya. New Knowledge Journal of Science. ISSN 1314 -5703.
7. Strategiya za ystoychivo razvitie na turizma v Bulgariya 2014 – 2030 г., Sofiya, 2014.
8. The Travel & Tourism Competitiveness Index 2017. B: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017>. Посетен на 28.09.2017.

Приложение 1.

Стойности и позиции на България по отделните показатели в структурата на *TTCI*, 2017

2.

Показатели	Стойност	Място в света
Съгъл 1. Бизнес среда	4,5	61
1.01. Права на собственост	3,69	113
1.02. Влияние на правилата за преки чуждестранни инвестиции	3,86	111
1.03. Ефективност на правната рамка при уреждане на юридически спорове	3,14	93
1.04. Ефективност на правната рамка при разрешаване на административни спорове	3,20	81
1.05. Необходимо време за получаване на разрешение за строеж (дни)	105	39
1.06. Разходи за получаване на разрешение за строеж	3,90	96
1.07. Пазарна доминация	3,80	57
1.08. Необходимо време за започване на бизнес (дни)	23	103
1.09. Разходи за започване на бизнес (% от БВП на 1 жител)	1,3	31
1.10. Обхват и ефект на облагане на стимули за работа	3,91	65
1.11. Обхват и ефект на облагане на стимули за инвестиции	4,02	40
1.12. Обща данъчна ставка (% от печалбите)	27	28
Съгъл 2. Безопасност и сигурност	5,1	89
2.01. Бизнес разходи за борба с престъпността и насилието	4,00	95
2.02. Надеждност на полицейските служби	3,53	103
2.03. Бизнес разходи за борба с тероризма	4,45	106
2.04. Индекс на честота на тероризма	6,95	65
2.05. Убийства на 100 хил. души от населението	1561,11	65
Съгъл 3. Здраве и хигиена	6,6	10
3.01. Брой на лекарите на 1000 души от населението	3,89	12
3.02. Достъп до подобрена канализация (% от населението)	86	76
3.03. Достъп до пречистена питейна вода (% от населението)	99,4	47
3.04. Болнични легла спрямо общия брой на населението (на 10 хил. души)	64	14
3.05. Разпространение на ХИВ (% от възрастното население)	0,1	1
3.06. Разпространение на маларията (на 100 хил. души)	-	1
Съгъл 4. Човешки ресурси и пазар на труда	4,7	54
Квалификация на работната сила		
4.01. Коефициент на записване в начална училищна степен (%)	93,3	81
4.02. Коефициент на записване в средна училищна степен (%)	99,0	54
4.03. Продължителност на обучение на персонала	3,52	100

4.04.Отношение към клиентите	4,59	72
Пазар на труда		
4.05.Движение на работната сила (наемане и освобождаване)	3,85	59
4.06.Лесно намиране на квалифицирани служители	3,39	124
4.07.Лесно наемане на чуждестранни работници	4,18	54
4.08.Заплащане и производителност	3,96	67
4.09.Дял на жените в работната сила (съотношение жени/мъже)	0,89	34
Стълб 5.ИКТ готовност	5,0	48
5.01.Използване на ИКТ при сделки бизнес – бизнес	4,91	51
5.02.Използване на Интернет при сделки бизнес – потребител	5,02	40
5.03.Дял на хората, използващи интернет (%)	56,7	67
5.04.Абонати на широколентов интернет (%)	22,7	41
5.05.Абонати на мобилни телефони (на 100 души от населението)	129,3	47
5.06.Абонати на мобилен широколентов достъп (на 100 души от населението)	81,3	29
5.07.Мобилен мрежово покритие (% от населението)	100,0	30
5.08.Качество на доставките на електроенергия	4,62	78
Стълб 6.Приоритизация на туризма	4,3	92
6.01.Приоритизиране на туризма от страна на правителството	4,11	100
6.02.Правителствени разходи за развитието на туризма	890,4	100
6.03.Ефективност на туристическия маркетинг	3,72	96
6.04.Обхват на годишните данни за туризма	76	48
6.05.Срокове за предоставяне на месечни/тримесечни данни за туризма	20,5	17
6.06.Рейтинг на националната стратегия за туристически бранд	64,0	103
Стълб 7.Международна отвореност	3,9	48
7.01.Визов режим	24	73
7.02.Отвореност на двустранните споразумения за въздухоплавателни услуги	7,27	108
7.03.Брой на регионалните търговски споразумения в сила	53	1
Стълб 8.Ценова конкурентоспособност	5,3	37
8.01.Цени на самолетни билети и летищни такси	85,5	32
8.02.Индекс на хотелските цени	75,2	6
8.03.Паритет на покупателната способност	0,39	45
8.04.Ценови нива на горивата	151	99
Стълб 9.Устойчивост на околната среда	5,0	11
9.01.Строгост на екологичното законодателство	3,59	90
9.02.Изпълнение на екологичното законодателство	3,27	100
9.03.Устойчивост на туристическата индустрия	3,75	103
9.04.Концентрация на фини прахови частици	11,7	106
9.05.Брой ратификации на договори за околната среда	28	10
9.06.Воден стрес	1,61	63
9.07.Застрашени видове	6,03	69
9.08.Промяна в лесистостта	0,02	28
9.09.Пречистване на отпадните води (%)	60,8	32
9.10.Натиск върху крайбрежния риболов	7,5E-0,5	4
Стълб 10.Инфраструктура на въздушния транспорт	2,4	80
10.01.Качество на инфраструктурата на въздушния транспорт	4,14	77
10.02.Капацитет на вътрешния въздушен транспорт (седалкокилометри)	1,76	73
10.03. Капацитет на международния въздушен транспорт (седалкокилометри)	94,6	81
10.04.Самолетен трафик (брой излитания)	53849	81
10.05.Плътност (гъстота) на летищата (брой летища на 1 млн. жители)	0,74	88
10.06.Брой авиокомпаниии, опериращи в страната	49	46
Стълб 11.Сухопътна и пристанищна инфраструктура	3,1	73
11.01.Качество на пътищата	3,37	93
11.02.Качество на железопътната инфраструктура	?	?
11.03.Качество на пристанищната инфраструктура	?	?
11.04.Качество на сухопътната транспортна мрежа	3,05	50
11.05.Гъстота на жп линиите	3,62	23
11.06.Гъстота на пътната мрежа	4,01	70
11.07.Гъстота на пътищата с трайна настилка	3,65	64
Стълб 12.Инфраструктура за туристическо обслужване	5,8	14
12.01.Хотелски стаи	1,74	13
12.02.Брой на бизнес пътуванията	4,26	96
12.03.Наличие на големи компании за коли под наем	7	1
12.04.Банкомати, приемащи Visa карти (на 100 хил. пълнолетни)	90,7	24

Стълб 13.Природни ресурси	3,8	41
13.01.Брой на природните обекти, част от световното наследство	2	30
13.02.Общ брой на известните видове	448	82
13.03.Общ брой на защитените територии	40,5	5
13.04.Цифрово търсене на природосъобразен туризъм	23,7	42
13.05.Качество на природната среда	5,03	76
Стълб 14.Културни ресурси и бизнес туризъм	2,1	52
14.01.Брой на културните обекти, част от световното наследство	7	30
14.02.Брой на обектите, част от нематериалното културно наследство	5	30
14.03.Брой на спортните стадиони	11	38
14.04.Брой на срещите на международни асоциации	41,7	56
14.05.Цифрово търсене на културен и развлекателен туризъм	6,56	82