



## TOURISM SUPPLY, DEMAND AND EFFICIENCY IN PLOVDIV MUNICIPALITY USING ACCOMODATION BASE INDICATORS

**Abstract:** The aim of the paper is to determine the state of tourism in Plovdiv municipality through an analysis of secondary information. The tourism supply is assessed using accommodation base data, and the tourism demand is assessed using data on the overnight stays, on the visitors for a night and over and on the revenues for overnight stays. The statistical data is provided by the National Statistical Institute and the calculations based on them are the author's. The main results of the research are the following: Plovdiv has built an image of a typical destination for short-term visits; the efficiency of the tourism in Plovdiv municipality during 2016 – 2018 had a tendency for growing.

### Author information:

**Kalina Levkova**  
PhD Student  
Sofia University „St. Kliment Ohridski“  
✉ [klevkova@uni-sofia.bg](mailto:klevkova@uni-sofia.bg)  
🌐 Bulgaria

**Keywords:**  
tourism supply, tourism demand,  
accommodation base, tourism efficiency

### Увод

През последните няколко години град Пловдив обогати силно културния живот на национално равнище във връзка с обявяването на Пловдив – Европейска столица на културата 2019. Процесът на подготовка на мега-събитието протича няколко години. Въпреки че Пловдив беше център на внимание в медиите, малко научни разработки са фокусирани върху състоянието на туризма в общината непосредствено преди провеждане на мега-събитието. Настоящото изследване има за цел да характеризира най-общо предлагането, търсенето и ефективността на туризма за периода 2016 – 2018 г. в община Пловдив. Предмет на изследването е състоянието на туризма в общината, а обектът е община Пловдив. Използваните методи са статистическа обработка на данни и анализ. Докладът се основава на обработка и анализ на официални статистически данни, като използваните показатели и подходът към тяхната интерпретация са заимствани от [1] и [2].

### Характеристика на туристическото предлагане в община Пловдив за периода 2016-2018 г.

Таблица 1 съдържа данни по основни показатели, свързани с туристическото предлагане от страна на местата за настаняване в Пловдив и страната.

Таблица 1. Туристическо предлагане в община Пловдив през 2018 г. – национално сравнение

	МН	Легла	Легладенонощия	Среден капацитет (брой легла)	Среден период на функциониране (брой дни)
Община Пловдив	76	4 066	1 448 255	54	356
Област Пловдив	212	10 005	3 405 208	47	340
България - общо	3 458	335 597	68 222 919	97	203

България без Черноморието	2 163	117 729	37 328 261	54	317
Ранг на общината	10	14	8		
Дял от областта	36%	41%	43%		
Дял от страната	2%	1%	2%		
Дял от страната без Черноморието	4%	3%	4%		

\*България без Черноморието – общинско ниво

\*МН – Места за настаняване

Източник: НСИ; изчисления на автора

Според данни на НСИ за 2018 г. [3] община Пловдив е на 10-то място в страната по брой места за настаняване, на 14-то по брой легла и на 8-мо по легладенонощия. По места за настаняване община Пловдив е изпреварена само от развитите в туризма морски общини, Смолян, Столична и Банско. Високата позиция по легладенонощия е свързана както с големия обем на предлагането, така и с липсата на сезонност – местата за настаняване работят целогодишно (356 дни в годината). По среден период на функциониране община Пловдив значително надвишава параметрите на страната и дори вътрешността на страната, като само периодът на експлоатация на областта се доближава до нейния. По показателите брой места за настаняване и легладенонощия общината е с 4% дял от страната, при изключване на морските общини. По отношение на броя места за настаняване, легла и легладенонощия общината има много висок дял от областта, като стойностите варират между 36% и 43% по различните показатели.

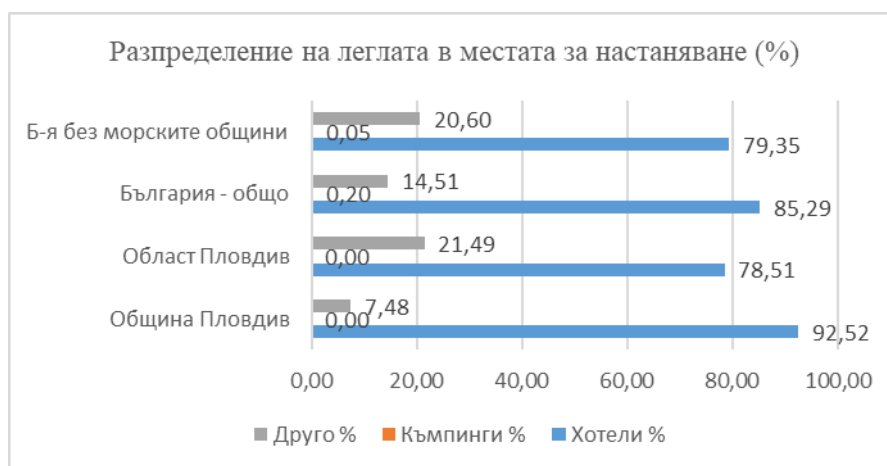
Средният капацитет на настанителната база е 54 легла, което е малко над стойността на показателя за област Пловдив, но съвпада със средното за вътрешността на страната, тоест по този показател община Пловдив е типичен пример за вътрешността на България.

От тези данни може да се заключи, че при среден за вътрешността на страната капацитет на настанителната база, целогодишна експлоатация и позиции сред първите 10 общини по отношение на легладенонощия и брой места за настаняване община Пловдив заема водещо място в обема на предлагането в туризма в страната.



Фигура 1. Структура на местата за настаняване по вид обекти за 2018 г. (%)

В структурата на местата за настаняване в община Пловдив преобладават хотелите – 75% от настанителната база [3]. Тази стойност е значително по-висока от стойностите за областта и за страната, които варират между 60 и 62%.



Фигура 2. Структура на местата за настаняване според капацитета за 2018 г.

По отношение на настанителния капацитет „другите“ места за настаняване представляват незначителна част от предлагането в общината (под 10%). По този показател ситуацията в общината е близка до тази в страната, където леглата в хотелите също силно доминират (над 85%).

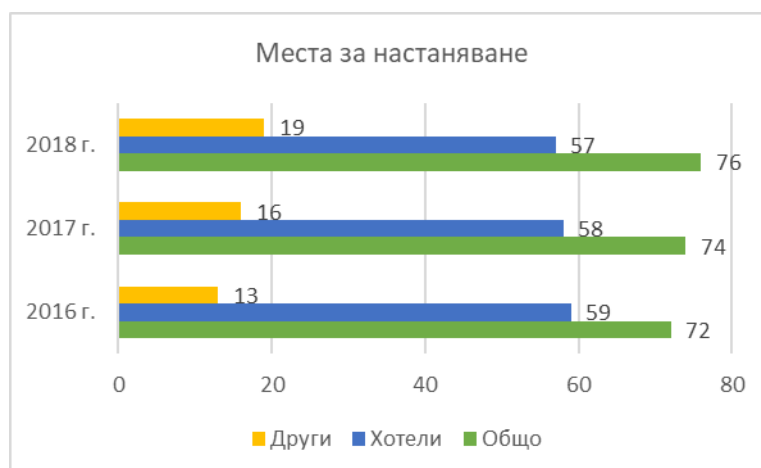
Таблица 2. Среден капацитет и период на функциониране на местата за настаняване по вид за 2018 г.

	Среден капацитет (брой легла)		Среден период на функциониране (дни)	
	хотели	други	хотели	други
Община Пловдив	66	16	357	341
Област Пловдив	60	27	350	307
България - общо	136	36	204	197
Б-я без морските общини	66	28	319	292

Източник: НСИ; изчисления на автора

Средният капацитет на хотелите в община Пловдив (66 легла) е с нормални за областта и вътрешността на страната стойности и е на половина на средния капацитет на хотелите в страната, включително морските общини, в част от които преобладават големите хотели. Периодът на експлоатация на хотелите (357 дни) отново показва целогодишност в предлагането на община Пловдив, по-ясно изразена отколкото при другите обекти. Местата за настаняване от нехотелски тип в общината са с много малък капацитет (средно 16 легла), много по-малък от средното за областта и вътрешността на страната, и особено в сравнение с общото за страната.

Може да се обобщи, че типът туристическо предлагане на настанителната база в община Пловдив е типичен за големите градове в България – почти изцяло хотелски тип, по-силно изразен по отношение на капацитета на настаняването. Преобладават средните по големина хотели, а периодът на експлоатация е целогодишен, независимо от вида на настанителната база.



Фигура 3. Обем на настанителната база в община Пловдив за периода 2016-2018 г.

За тригодишния период (2016-2018 г.) се наблюдава слаб ръст на общия брой места за настаняване в община Пловдив, който е свързан с ръста на другите обекти [3], [4], [5]. Наблюдава се почти минимален спад на броя хотели в експлоатация (с по един на година). Като цяло няма съществени промени за този кратък период в броя на местата за настаняване.

#### Характеристика на туристическото търсене в община Пловдив за периода 2016-2018 г.

Таблица 3 показва основните параметри на търсенето в община Пловдив, както и сравнение с областта, страната и вътрешността на страната за 2018 г.

Таблица 3. Туристическо търсене в община Пловдив през 2018 г.

	Пренощували лица			Реализирани нощувки			Среден престой		
	всичко	българи	чужденци	всичко	българи	чужденци	всичко	българи	чужденци
Община Пловдив	278401	162975	115426	499426	250218	249208	1,8	1,5	2,2
Област Пловдив	529946	396136	133810	1069414	741694	327720	2,0	1,9	2,4
България - общо	7799680	3889521	3910159	26845013	9096088	17748925	3,4	2,3	4,5
България без Черноморските общини	4454934	2951973	1502961	9163380	5777834	3385546	2,1	2,0	2,3
Ранг на общината	5	4	6	10	11	9			
Дял от областта (%)	52,5	41,1	86,3	46,7	33,7	76,0			
Дял от страната (%)	3,6	4,2	3,0	1,9	2,8	1,4			
Дял от страната без морските общини (%)	6,2	5,5	7,7	5,5	4,3	7,4			

Източник: НСИ; изчисления на автора

По отношение на реализираните нощувки търсенето е с близки позиции до предлагането (10 място по общо реализирани нощувки), а по показателя пренощували лица позициите са изключително високи за страната – от 4 до 6 място. По общ брой пренощували лица общината е изпреварена само от 3 от черноморските общини – Несебър, Варна и Балчик, както и от Столична община. Голямата разлика между позициите по пренощували лица и реализирани нощувки в полза на пренощувалите лица идва от туристическия имидж на община Пловдив – като дестинация за краткотраен туризъм. По показателя реализирани нощувки общината е изпреварена от туристически развитите черноморски общини, общини, специализирани в планинския туризъм (Банско и Самоков), Столична община и най-силната в балнеоложкия туризъм община – Велинград. Като дял от областта община Пловдив реализира около половината от общите пренощували лица и нощувките, но концентрира над 75% от пренощувалите чужденци и нощувките от чужденци. Очевидно град Пловдив е най-познатата сред чужденците дестинация в областта. Като дял от страната отново позициите на общината са по-високи при пренощувалите лица (3-4%), отколкото по отношение на реализираните нощувки (1-3%). По двата показателя община Пловдив има близки позиции като дял от вътрешността на страната (5,5-6,2% от общите стойности).

Продължителността на престоя в общината (общо 1,8 дни) е близка до тази на областта и на вътрешността на страната (около 2 дни), но доста по-ниска от тази на страната (3,4 дни). При чужденците се забелязва по-дълъг престой в община Пловдив (2,2 дни), но двойно по-нисък от този за страната (4,5 дни). Дългият престой на чужденците в страната се формира от черноморските общини, в които чужденците прекарват лятната си почивка.



Фигура 5. Дял на вътрешния и международния пазар в търсенето през 2018 г.

По отношение дела на българите и чужденците от пренощувалите лица в община Пловдив преобладават посещенията на българи (59%). Потвърждава се изводът, че общината концентрира по-голямата част от посещенията на чужденци в областта – 41% от пренощувалите в общината са чужденци, за разлика от 25% от пренощувалите в областта. При нощувките съотношението между българи и чужденци в община Пловдив е еднакво, като се наблюдава отново голяма разлика с параметрите на областта, в която силно преобладават нощувките, реализирани от българи (69%). В сравнение с вътрешността на страната повече нощувки като дял реализират чужденците в Пловдив към 37% за вътрешността. От тази гледна точка Пловдив има добър имидж сред чужденците в сравнение с нечерноморските ни дестинации, които е свързан основно с развития културен туризъм в общината.

Таблица 4. Структура на търсенето по вид места за настаняване и по пазари през 2018 г.

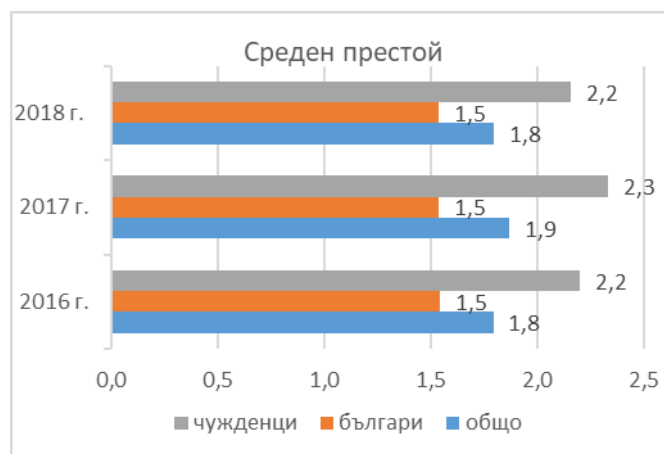
	Община Пловдив		България - общо			България без морските общини		
	Хотели	Други	Хотели	Къмпинги	Други	Хотели	Къмпинги	Други
Пренощували лица	93,96%	6,04%	91,35%	0,12%	8,53%	89,87%	0,02%	10,11%
в т.ч. българи	94,50%	5,50%	85,28%	0,21%	14,51%	86,33%	0,01%	13,66%
в т.ч. чужденци	93,21%	6,79%	97,39%	0,03%	2,59%	96,84%	0,02%	3,14%
Нощувки	94,31%	5,69%	92,20%	0,24%	7,57%	90,03%	0,02%	9,95%
в т.ч. българи	94,68%	5,32%	81,61%	0,67%	17,72%	86,04%	0,02%	13,94%
в т.ч. чужденци	93,93%	6,07%	97,62%	0,01%	2,37%	96,85%	0,01%	3,14%
Среден престой	1,8	1,7	3,5	6,9	3,1	2,1	2,3	2,0
в т.ч. българи	1,5	1,5	2,2	7,4	2,9	2,0	3,2	2,0
в т.ч. чужденци	2,2	1,9	4,6	2,5	4,1	3,4	1,3	2,3

Източник: изчисления на автора по данни на НСИ

Търсенето в община Пловдив е почти изцяло насочено към хотелите (около 94% от пренощувалите лица и нощувките). Делът на предпочитаните заведения за настаняване от тип „други“ и реализираните в тях нощувки е около 6%, което е значително под дела на същите в търсенето в страната и вътрешността на страната (8-10%), с най-голяма разлика с дела на пренощувалите в страната без черноморските общини (над 10%). Това е така, защото в

големите градове туристите се доверяват повече на хотелското настаняване, за разлика от по-малките градове и села и планинските дестинации.

В община Пловдив не се наблюдават големи разлики в предпочитанията на българите и чужденците по отношение типа настаняване. Няма голяма разлика и между средния престой в Пловдив в различните видове места за настаняване, като и в двата вида престоят на чужденците е малко по-дълъг. Стойностите на средния престой в община Пловдив са близки до тези за вътрешността на страната, като все пак са една идея по-ниски.



Фигура 6. Среден престой (денонощия) в община Пловдив за периода 2016 – 2018 г. по пазари

Общият среден престой варира в рамките на 1,8-1,9 дни, но има голяма разлика между периода на отсядане на българите и чужденците – разлика от около 0,8 дни в полза на престоя на чужденците. Причината за по-дългия престой на чужденците вероятно се крие във факта, че идват от по-далеко и организацията на придвижването им е по-усложнена от тази на вътрешните туристи, които често пътуват със собствен транспорт и от тази гледна точка са много по-мобилни.

Таблица 5. Верижен и базисен прираст в търсенето в община Пловдив (2016 – 2018 г.)

Община Пловдив	2017/2016	2018/2017	2018/2016
Пренощували лица	2%	1%	3%
в т.ч. българи	-4%	1%	-3%
в т.ч. чужденци	13%	0%	13%
Реализирани нощувки	7%	-3%	3%
в т.ч. от българи	-4%	1%	-3%
в т.ч. от чужденци	19%	-7%	11%

Източник: изчисления на автора по данни на НСИ

През изследвания период значителни промени се наблюдават единствено при показателите на международния пазар – нарастване броя на пренощувалите чужденци с 13% за целия период, довел до по-слабото нарастване броя на реализираните нощувки от чужденци – с 11% за целия период. Тъй като при вътрешния пазар се наблюдава намаление по двата показателя за изследвания период, разликата до голяма степен се компенсира и в общите стойности се наблюдава само леко покачване.

**Характеристика на туристическата ефективност в община Пловдив за периода 2016 – 2018 г.**

Таблица 6 представя различни аспекти на туристическата ефективност в община Пловдив, съпоставка с областта и страната, дял на общината и мястото на Пловдив сред другите общини в страната по следните показатели: брой нощувки на едно легло, заетост на настанителната база, лоджинг индекс, приходи от нощувки, среден приход от нощувка и среден приход от едно легло.

Таблица 6. Туристическа ефективност в община Пловдив през 2018 г.

	Община Пловдив	Област Пловдив	България общо	Б-я без морските общини	Ранг община Пловдив	Дял от областта	Дял от страната	Дял от страната без морските общини
Брой нощувки на 1 легло	123	107	80	78	12			
Заетост (%)	34%	31%	39%	25%	24			
Лоджинг индекс (лв.)	19,49	14,96	21,34	12,90	14			
Приходи от нощувки (лв.)	28222304	50958677	1455702154	481361600	7	55%	2%	6%
в т.ч. от българи	12675916	32559367	370477569	236304901	8	39%	3%	5%
в т.ч. от чужденци	15546388	18399310	1085224585	245056699	9	84%	1%	6%
Среден приход от 1 нощувка (лв.)	56,51	47,65	54,23	52,53	10			
в т.ч. от българи	50,66	43,90	40,73	40,90	13			
в т.ч. от чужденци	62,38	56,14	61,14	72,38	20			
Среден приход от 1 легло (лв.)	6941	5093	4338	4089	4			

Източник: НСИ; изчисления на автора

Заетостта на настанителната база в община Пловдив през 2018 г. е 34%, което е с 5% по-ниска заетост от средната за страната, включително морските общини, и с близо 10% по-висока от средната за вътрешността на страната. Най-общо може да се заключи, че туристическото предлагане задоволява търсенето. Със своите 123 нощувки средно на легло общината се класира на 12-то място в страната, а средният ѝ приход от 1 леглоденонощие е над 19 лв., което се доближава до лоджинг индекса на страната заедно с морските общини. По този показател позицията ѝ е 14-то място в страната, като Пловдив е изпреварена освен от половината морски общини и Столична община, още от Правец, Велинград, Панагюрище, Хисаря и Брезово.

През 2018 г. община Пловдив отчита над 28 млн. лв. приходи от нощувки, като малко над половината са от международен туризъм. Това са 84% от приходите от чужденци в областта, а общите приходи от настаняване са малко над половината от тези на областта. По ранжиране по среден приход от нощувка Пловдив влиза в десетката, но по среден приход от нощувка от чужденци е в двайсетицата. По-добро е представянето ѝ по общ приход от настаняване, където заема 7-ма позиция, изпреварена от някои морски общини, Столична и Банско. Средният приход от легло в община Пловдив е изключително висок – близо 7000 лв. – силно надвишава средния приход от легло в страната заедно с морските общини. По този показател общината заема 4-то място в България, след Столична, Правец и Велинград. Въпреки че той не отчита периода на функциониране на настанителната база, дава добра представа за развитието на туризма в целогодишните дестинации, като от тези данни може да се обобщи, че настанителната база в община Пловдив поддържа добра конкуренция по отношение на цената, няма наличие на свръхпредлагане, а туристите са склонни да платят относително високата цена на нощувка.

Таблица 7. Туристическа ефективност в община Пловдив по вид места за настаняване за 2018 г.

	Заетост (%)	Среден приход от 1 нощувка (лв.)			Среден приход от 1 легло (лв.)	Лоджинг индекс (лв.)
		Общо	в т.ч. от българи	в т.ч. от чужденци		
Хотели	35%	57,88857	51,70	64,15	7247	20,28
Други	4%	33,66996	32,07	35,08	3150	1,45
Всичко	34%	56,50948	50,66	62,38	6941	19,49

Източник: изчисления на автора по данни на НСИ

По отношение на ефективността на настанителната база в туризма в общината се наблюдават значителни разлики между хотелите и заведенията за настаняване от тип „други“, като последните се оказват силно неефективни по всички показатели. Заетостта в хотелите е 35%, което е едно прилично ниво, докато при местата за настаняване от тип „други“ този показател е със стойности от 4%. Общият среден приход от нощувка на местата за настаняване тип „други“ е с 42% по-нисък, а средният приход от едно легло е повече от двойно по-нисък от този на хотелите. Съществена е разликата в среднодневния приход от едно легло при различните видове места за настаняване - разлика от 93%! При такива стойности по показателите заетост и лоджинг индекс човек си задава въпроса как местата за настаняване от нехотелски тип в общината успяват да функционират, в случай, че декларират верни данни.

Таблица 8. Туристическа ефективност в избрани общини и страната за периода 2016-2018 г.

	Заетост (%)	Приходи от нощувки			Среден приход от нощувка (лв.)			Среден приход от 1 легло (лв.)	Лоджинг индекс (лв.)
		общо (лв.)	българи (%)	чужденци (%)	общо	българи	чужденци		
България 2016	38,6	1229073306	27,4%	72,6%	49	37	55	3744	18,86
София 2016	42,3	130457649	23,8%	76,2%	73	51	85	10954	30,92
<b>Пловдив 2016</b>	<b>34,3</b>	<b>25097529</b>	<b>44,0%</b>	<b>56,0%</b>	<b>52</b>	<b>43</b>	<b>62</b>	<b>6235</b>	<b>17,80</b>
В. Търново 2016	23	10240630	67,5%	32,5%	42	38	53	3273	9,61
Златоград 2016	16,7	799409	96,5%	3,5%	27	27	30	1381	4,59
България 2017	39,2	1340897001	25,9%	74,1%	51	39	58	3845	20,17
София 2017	46,2	151799637	21,0%	79,0%	76	53	86	11173	35,22
<b>Пловдив 2017</b>	<b>36,8</b>	<b>26478742</b>	<b>41,8%</b>	<b>58,2%</b>	<b>51</b>	<b>45</b>	<b>57</b>	<b>6566</b>	<b>18,86</b>
В. Търново 2017	25,4	11258367	63,7%	36,3%	43	39	54	3714	10,94
Златоград 2017	17,3	854828	95,1%	4,9%	27	27	26	1628	4,67
България 2018	39,3	1455702154	25,5%	74,5%	54	41	61	4338	21,34
София 2018	44,8	169670233	19,1%	80,9%	87	59	98	13620	38,92
<b>Пловдив 2018</b>	<b>34,5</b>	<b>28222304</b>	<b>44,9%</b>	<b>55,1%</b>	<b>57</b>	<b>51</b>	<b>62</b>	<b>6941</b>	<b>19,49</b>
В. Търново 2018	20,7	11824739	62,1%	37,9%	42	38	51	3840	11,29
Златоград 2018	13,9	776793	96,2%	3,8%	29	29	26	1375	4,07

За очертаване нивото на туристическа ефективност в община Пловдив са изследвани данни за избрани български общини, развиващи приоритетно културен туризъм, както и данни общо за страната (включително морските общини) по няколко показателя. Избраните общини са Столична (която развива и други видове туризъм, но профилът ѝ е близък до този на община Пловдив), Велико Търново (с по-скромни ресурси, но фокусирана приоритетно върху културния туризъм) и община Златоград (с много по-скромно представяне от останалите избрани общини, но през последните десетилетия се е наложила на пазара на културния туризъм на регионално ниво).

По отношение на заетостта на настанителната база в община Пловдив за краткия период 2016-2018 г. се наблюдава леко колебание в границите на 34,3 – 36,8%. Заетостта в страната е по-висока (38-39%), което се дължи до голяма степен на високата заетост в сезонните хотели в общините, развиващи морски туризъм. Доста по-висока е заетостта в местата за настаняване в София, въпреки че тя не е морска дестинация (42-46%). Столична община е по-силна по много показатели в туризма от останалите дестинации в страната, които не са специализирани в



морски или планински туризъм, така че високото ниво на заетостта не е изненада. С около 10% по-ниска в сравнение с Пловдив е заетостта на местата за настаняване във Велико Търново, а с още около 10% по-ниска от нея – тази в Златоград. Може да се обобщи, че Пловдив е на средно ниво по заетост на настанителната база в страната, с по-ниски данни от общото за страната.

По отношение на приходите от нощувки, по-голямата част от тях в община Пловдив се формират от приходите от чужденци (55-58%). Много по-висок дял формират приходите от чужденци в страната и Столична община, в страната основно заради морския ваканционен туризъм, а в София вероятно заради избора на по-висок клас и по-качествено настаняване. В община Велико Търново пропорциите са обърнати – повечето приходи от настаняване се реализират от българите, а при Златоград чужденците имат нищожен дял от приходите от нощувки. Въпреки граничното си местоположение Златоград на този етап оперира основно на националния и регионалния пазари, а основната туристическа атракция – Етнографския ареален комплекс, е привлекателна предимно сред българите. За тригодишния изследван период се наблюдава нарастване на общите приходи от настаняване в община Пловдив.

Средният приход от нощувка през 2016 и 2017 г. в община Пловдив е близък до средния за страната, като за 2018 г. го надминава с 3 лв. Средният приход от нощувка в община Велико Търново е с 10-15 лв. по-нисък, а в Столична община е с 20-25 лв. по-висок от този в Пловдив. По този показател Пловдив отново е със средни стойности, въпреки че се наблюдава тенденция на увеличение през изследвания период.

Средният приход от едно легло в Пловдив се колебае в рамките 6200-6900 лв. – близо два пъти повече от средния приход от легло в страната. В Столична община, обаче, той е много по-висок – 10000-14000 лв. Причината за ниските стойности на страната по този показател е, че той не отчита сезонността в дестинацията, тоест общините с развит морски туризъм не допринасят за многократното увеличение на общите стойности, за разлика от други показатели, където ефектът е обратен. Въпреки че за тригодишния период се наблюдава трайно нарастване на средния приход от легло в Пловдив, пред вид много по-високия резултат на Столична община Пловдив е далеч от желаното ниво.

При лоджинг индекса на община Пловдив за изследвания период също се наблюдава нарастване, както при предните два показателя. Стойностите му се движат в границите 17,8-19,5 лв., като те са много близки до тези на страната, но все пак по-ниски от тях (18,9-21,3 лв.). Лоджинг индексът отчита сезонната заетост на настанителната база, поради тази причина стойностите за страната са по-високи от тези на Пловдив. Лоджинг индексът на община Велико Търново е около 10 лв., а на Златоград – не достига 5 лв. За тригодишния период нарастването на лоджинг индекса на Столична община е с над 25% – от 30,9 до 38,9 лв. В сравнение със Столична община, морските общини и силните в планинския ски-туризъм общини, Пловдив има доста по-скромни резултати и се намира по-скоро на средно за страната ниво.

### **Заклучение**

От резултатите от изследването могат да се направят следните **изводи**:

- като дестинация община Пловдив е по-популярна сред българите, но чужденците имат малко по-дълъг престой;
- видът настаняване има значение, като и българите, и чужденците предпочитат да отседат в хотелите;
- по отношение на ефективността на туризма се наблюдава тенденция на нарастване по основните показатели лоджинг индекс и среден приход от едно легло, като се запазват средни за страната позиции. Съществуват предпоставки за повишаване ефективността на туризма, които могат да се достигнат посредством добро управление, повишена инициативност на бизнеса, подобро сътрудничество между публично-частния сектор и, не на последно място, успешен маркетинг.

Един от главните **проблеми** пред развитието на туризма в дестинацията е ниският среден престой на туристите. Този проблем е типичен за дестинации, развиващи градски и културен туризъм, като множество изследвания за различни градове или общини в България подкрепят това твърдение. Като конкретни примери могат да се посочат София: „Някои показатели, обаче, разкриват доста неблагоприятна ситуация по отношение на използването на съоръженията - относително ниска степен на заетост на стаите (40%), много по-ниска степен на заетост на леглата (24%) и много кратка средна продължителност на престоя на туристите (1,8 нощувки на човек).“ [6, с. 53] и „Ниска средна продължителност на престоя. По данни на хотелиерите и туроператорите, гостите на София пребивават в града за 2-3 дни, като реализират средно около 2 нощувки.“ [7, с. 123].

Друг пример, който може да се посочи, е Златоград: „Така, чрез развитие на нови атракции, се цели преодоляването на два от най-съществените проблеми в дестинацията: високият дял на транзитните посетители и краткият престой на туристите с нощувка.“ [8, с. 6].

Типично поведение на туристите, практикуващи културен туризъм, е да обиколят няколко близки дестинации, посещавайки различни обекти и нощувайки в различни населени места. Не може да се очаква от туристите, например, два дни да посещават един и същ музей и да разглеждат една и съща експозиция. Поради тази причина дестинации с ресурси основно за развитие на културен туризъм, се стараят да обогатят туристическия си продукт и да съчетаят възможностите за практикуване на културен туризъм с възможности за практикуване на други видове туризъм, подходящи за комбинация с него, например екотуризъм (Златоград), фестивален туризъм и други. Изискват се дълготрайни усилия от множество актьори, за да се усети устойчива промяна в ефективността на туризма в една дестинация.

Настоящото изследване не претендира за изчерпателност и задълбоченост, тъй като обхваща изключително официални статистически данни от един източник и период от три години, а по-скоро може да служи като ориентир и отправна точка за бъдещи изследвания. Въпреки че данните са на ниво общини и позволяват национални сравнения и калкулации на различни производни показатели, все пак изводите, които могат да бъдат извлечени чрез използване на подход, който не включва комплексно проучване (емпирични, статистически данни от множество източници и други) са ограничени.

## References:

1. Dogramadzchieva, E. Nastanitelnata baza na turizma v obshtina Smolyan: predlagane, tarsene i problemi na effektivnostta. Sbornik dokladi ot vtora mezhdunarodna nauchna i biznes konferentsia "Ustoychivo regionalno razvitie na Bulgaria" – SU "Sv. Kliment Ohridski", GGF, 2016. S., ET "Georgi Leskov" 2018, s. 28-40
2. Marinov, V., Sastoyanie i dinamika na turisticheskoto razvitie v Bulgaria po rayoni za planirane i oblasti. V: Geografiyata ... vchera, dnes, utre, UI „Sv. Kliment Ohridski“, Sofiya, 2004
3. NSI, Nepublikovani danni za deynostta na mestata za nastanyavane po oblasti i obshtini prez 2018 godina
4. NSI, Nepublikovani danni za deynostta na mestata za nastanyavane po oblasti i obshtini prez 2017 godina
5. NSI, Nepublikovani danni za deynostta na mestata za nastanyavane po oblasti i obshtini prez 2016 godina
6. Marinov, V. et al. Tourism product development and marketing of Sofia metropolitan area: business perceptions and priorities. Metropolitan Tourism Experience Development - Selected studies from the Tourism Network Workshop of the Regional Studies Association. Eds. Istvan Toza and Anita Zatori. Published by the Department of Economic Geography and Future Studies, Corvinus University of Budapest, 2015, pp 51-67.

7. Dogramadzheva, E. Sastoyanie i upravlenie na turizma v Sofia kam 2011 godina prez pogleda na klyuchovi mestni aktyori: rezultati ot anketno prouchvane, 2019. Izd. „BG Uchebnik“ EOOD, Sofia.
8. Dogramadzheva, E., V. Ivanova. Turisticheskite atraktsii kato element ot produkta na destinatsia Zlatograd. Sbornik dokladi ot Mladezhki nauchni konferentsii s mezhdunarodno uchastie „Badeshteto na geografiyata v Bulgaria” - V. Tarnovo, yuni (2005, 2006, 2007). Fondatsia LOPS, 2008, s. 218-237.