



## TOURISM IN BULGARIA. FUNDAMENTALS, MODELS AND SUSTAINABILITY OVER THE YEARS OF DEVELOPMENT

**Abstract:** The history of tourism in Bulgaria shows a lot of... From it we can learn flexibility and how to put, overcome and anticipate different problems. Problems that could arise in a particular political and economic situation for a country or territory. For the last 15-20 years in Bulgaria there has been a persistent trend for the value of national GDP to be formed by the services sector. This is inherent in countries that do not have geographical and natural conditions and a resource to develop their own production. Bulgaria is a country with opportunities, rich history and all kinds of archaeological monuments. It is necessary to ensure the internal stability of tourism as far as possible. Let us not forget that, after all, this industry is dependent on the global economic and trade relations, as well as the memberships of our country in different alliances.

1. History of tourism in Bulgaria. Laying the foundation of tourism in Bulgaria in the first and second half of the 20th century.
2. Typology of tourism - can be sea, mountain, religious, ecological, extreme, cultural, folklore, etc.
3. Factors - They can be very different, such as the availability of material and technical base and infrastructure - availability of staff (management, information guides, service staff) and organizational structure - transport development -development of the links between the branches, the industrial enterprises and the main supplier for the tourist industry -territorial-structural environment. - demographic resource, transport security of the territory, etc.
4. Resources - Based on the factors of development, two large groups of tourist resources have been formed: natural and cultural-historical (anthropogenic).
5. Material base - The material base of tourism includes the means for accommodation and meals (hotels, hostels, guest houses, motels, campsites, chalets, private rooms, restaurants), as well as all facilities and activities related to tourist services.
6. Models and sustainability of tourism development in Bulgaria during the years of socialism to the present day.

### Author information:

**Andrey Edrev**

Teacher

First Language School – Varna

✉ [andrewsedrev@abv.bg](mailto:andrewsedrev@abv.bg)

🌐 Bulgaria

### Keywords:

sustainable development, tourism, marketing, segmentation of tourist market, tourist product, tourist services.

**И**сторията на туризма в България показва много...От нея можем да се научим на гъвкавост и на това, как да поставяме, преодоляваме и предвиждаме различни проблеми. Проблеми, които биха могли да възникнат в определена политическа и икономическа ситуация за дадена страна или територия. За последните 15-20 години в България се настани трайна тенденция за стойността на националното БВП да се формира от сектора на услугите. Това е присъщо на държави, които нямат географски и природни условия и ресурс за развитие на собствено производство. България е страна с възможности, богата история и всякакви археологически паметници. Необходимо е да се осигури вътрешна стабилност на туризма, до колкото това е възможно. Нека не забравяме, че все пак този отрасъл е зависим от световните икономически и търговски взаимоотношения, както и членствата на страната ни в различни съюзи.

**1.** История на туризма в България. Поставяне на основите на туризма в България през първата и втората половина на 20 век.

2. Типология на туризма – може да бъде морски, планински, религиозен, екологичен, екстремен, културен, фолклорен и др.

3. Фактори – Могат да бъдат най-различни, като наличие на материално-техническа база и инфраструктура

- наличие на кадри (управленски, информационно-екскурзоводни, обслужващ персонал) и организационна структура
- развитие на транспорта
- развитие на връзките между отраслите, индустриалните предприятия и основния доставчик за туристическата индустрия
- териториално-устройствена среда.
- демографски ресурс, транспортна осигуреност на територията и т.н.

4. Ресурси - Въз основа на факторите за развитие са формирани две големи групи туристически ресурси: природни и културно-исторически (антропогенни).

5. Материална база – Материалната база на туризма включва средствата за подслон и хранене (хотели, хостели, къщи за гости, мотели, къмпинги, хижи, самостоятелни стаи, ресторанти), както и всички съоръжения и дейности, свързани с туристическото обслужване.

6. Модели и устойчивост на развитие на туризма в България през годините на социализма до наши дни.

\*\*\*

Възникването на туризма, като цяло в световен мащаб е сравнително един от най-късно развитите се отрасли на Сектора на услугите. Видовете туризъм са много и са разпространени и развити в отделните страни в зависимост от техните географски, природни и икономически показатели. Ако говорим конкретно за България имаме изключително добри условия за развитието на почти всеки вид туризъм, но нека видим и проследим, как всъщност се появява той в нашата страна.

След ВСВ имаме много тежка ситуация от гледна точка на репарациите наложени ни след войната, които се оказват изключително тежки за България. По стечение на събитията и обстоятелствата около изхода от тези тежки за нашата страна времена, започват да се появяват различни възможности за алтернативни решения на кризата породена в следствие на военните действия. Първата такава възможност се появява с влизането в преговори за неуредени финансови въпроси към Чехословашката република.

Възникването на държавно-организираният туризъм в България се дължи до голяма степен на неизплатен дълг на страната ни към Чехословашката република и се появява малко след встъпването в управление на комунистическата партия на власт. В първите години след 09.09.1944 г. в България е извършена национализация на частните предприятия и част от земите. Държавна собственост стават и някои чехословашки захарни заводи и електроцентрали. По този повод, на една среща между Георги Димитров и Клемент Готвалд, чехословашкият държавен глава иска тези предприятия да бъдат заплатени на страната му. Димитров обаче възразява, че на България са наложени твърде тежки репарации и няма възможност да отдели средствата. Готвалд изнамира хитроумно решение и предлага Чехословакия да бъде обезщетена като страната ни приеме чехословашки туристи, които да почиват тук. Георги Димитров се съгласява и така се създава необходимостта от организация на туризма на държавно ниво.

Скоро след тази случка – на 06.01.1948 г. е създаден и „Балкантурист“. За неговата дейност държавата му преотстъпва редица хотели в големите български градове. Най-голяма перспектива за развитие, естествено, има Черноморието. Още повече, че основите на туризма там вече отдавна са положени. Морската столица – Варна от години привлича летовници, съществува и курортът „Св. св. Константин и Елена“.

Още по турско време са правени опити варненското крайбрежие да се използва за почивка и лечение. В писмо на един руски пътешественик от онова време се описва как чорбаджии от морската ни столица наемали през лятото стаи в манастира Св. св. Константин и Елена, за да прекарат почивката си. Впоследствие, през 1908 г., възниква идеята там да бъде създаден и курорт. Той, както и Варна, са основно посещавани с цел почивка от богати българи, евреи, арменци. В по-късни години, при застрояването на летовището, там е намерена и баня с шест вани, където привечер (вярвало се е, че по това време процедурите имат по-силен лечебен ефект) богатите си правели бани със загрята морска вода за лечение на артрит, ревматизъм и т.н.

Първият хотел в летовището – сегашният „Прага“, е изграден, като върху сградата на стария манастир се пристроява допълнителен етаж. До 1912 г. в курорта е построена още една сграда с 12 стаи. Известно е, че през 20-е години на ХХ век там се летували румънци, турци, поляци и чехословаци. По тогавашни данни, през 1927 г. летовището е посетено от над 38 000 туристи, от които 3 600 от чужбина.

Крайбрежието на „Бисера на Черно море“ привлича и управляващите. През 1882 г. Александър Батенберг заръчва там да бъде построен дворецът Евксиноград, който му служи за лятна резиденция.

Не случайно и първият хотел, изграден от „Балкантурист“, се прави именно на варненския бряг, в курорта „Св. св. Константин и Елена“.

Необходимостта от нов хотел на Черноморието се появява през 1948 г., тъй като съгласно договора с Чехословакия още същата година във Варна на тумби започват да пристигат туристи. Поради липсата на голям, удобен за целта хотел те биват настанявани по частни квартири.

В края на годината започва и строителството на новия хотел „Роза“, чието място е решено да бъде в близост до манастира „Св. св. Константин и Елена“. С трескава и упорита работа сградата е завършена и пусната в действие до следващия туристически сезон – лятото на 1949 г.

На плажа на хотел „Роза“ за първи път са въведени в употреба и чадърите – изработени специално от варненската корабостроителница. Още при откриването му обаче, става ясно, че хотелът няма да успее да приюти многобройните туристи. Необходимо е да се построи още една сграда. Това е новият хотел „Одесос“, чието създаване е решено през 1950 г. За да може той да бъде готов още за лятото на 1951 г., в строителната дейност се включват и чехословашките летовници. Вторият и половината от третия етаж на „Одесос“ са изградени изцяло от чешките туристи.

През 1955 г. започва и истинското разрастване на курорта, наречен по това време „Варна“, а по-късно – Дружба. Изградени са редица хотели, ресторанти, спортни съоръжения и т.н. Разбира се, създадено е и местенце за почивка на важни гости. Това е хотел „Чайка“, в който отсядат български и чуждестранни управници, световноизвестни актьори, певци и т.н. Чести гости са Ламар, мистър Сенко и др.

Интересно е, че по онова време не се е смятало за задължително към всяка хотелска стая да има санитарен възел. Поради тази причина само стаите в хотел „Чайка“, които гледали към морето, били оборудвани с помещение с душ и мивка, а в останалите имало само мивка.

Към българския курорт започват да проявяват интерес и чужди туристически фирми. Сред тях „Дружба“ става известен като „Червената Ривиера“ – заради комунистическото управление на страната. В комплекса обаче няма много развлечения. Затова за летовниците са организирани екскурзии с каручки до близкия плаж Узункум – Дълъг пясък, където в момента се намира курортът Златни пясъци. Тогава мястото е диво и доста населено със змии.

Скоро обаче каручките престават да вършат работа. Налага се да се изнамерят нови транспортни средства. Един ден в хотел „Роза“ с нов автобус „Скания“ пристига група от

шведската комунистическа партия по покана на българските другари. Шведите пребивават тук 15 дни и когато настъпва времето за заминаването им, предлагат срещу още 10 дни безплатен престой и осигурен влак до Швеция да подарят автобуса на курорта. Предложението първоначално е отхвърлено от управниците в София, но след кратък размисъл от тяхна страна идеята е одобрена. Така Варна се сдобива с една нова „Скания“, която става атракция за повечето жители на морската ни столица.

Към средата на десетилетието настъпва и дългоочакваната промяна в туристическия поток, в който първоначално са съветски, чехословашки, полски и унгарски гости. Появяват се западни туристи, с преобладаващ брой от ГФР.

Така, възниква идеята да бъде изграден и голям български черноморски курорт. За целта е избрана местността „Узункум“, която съчетава на едно място дива гора и красив плаж. През 1956 г. е направена първата копка на новия международен курорт Златни пясъци.

Пред строителите обаче се очертава сериозен проблем – змиите. Местността се оказва буквално свърталище на десетки гнезда влечуги. Налага се да се намесят специалисти от зоологическата градина, които обикалят и с голи ръце ловят змиите. Те обаче не успяват да отстранят всички животни – при разбиването на варовиците в строителния процес изникват нови и нови кълба влечуги. Тук на помощ идва самата природа. От край време се знае, че естествен враг на змиите са таралежите. Заради това 200-300 бодливи твари са внесени специално от Албания и пуснати из района. Скоро от влечугите няма и помен.

Интересно е да се спомене, че преди Златни пясъци да бъде застроен, в местността имало и езеро, което обитавали водни костенурки. По хрумване на тогавашните архитекти обаче върху него бил издигнат един от най-представителните за времето си хотел – „Интернационал“. За целта в мазето на сградата били вградени помпи, които постоянно да изсмукват водата от езерото.

Постепенно се изграждат десетки хотели, докато през 1966 г. е завършен последният етап на строителството. С това начинание на практика се поставя началото на големия международен туризъм у нас.

Още през 1957 г. се взима решение за изграждане на втори подобен комплекс на българското Черноморие. Този път за място е избран плажът на север от Несебър. По това време местността не е особено обичана от несебърчани. Специално назначена за целта комисия обаче установява, че точно там от цялото наше Южно крайбрежие има най-благоприятни условия за летуване и морелечение. Това е и мястото, където Фердинанд искал да строи втори Евксиноград. Така започва историята и на най-големия български черноморски комплекс Слънчев бряг. А перспективата е била за застрояване на целия широк залив между нос Емине и Созопол.

По това време се оказва обаче, че точно където искат да строят се е разположил международен студентски лагер, посещаван основно от студенти от Полша и ГДР. Държавата описва имуществото на леговището, обезщетява го със 79 млн. лв. и му дава ново място на юг от Приморско. Лагерът е отново изграден. Впоследствие той се разраства и развива като поставя началото на сегашния Международен младежки център (ММЦ).

През 1974 г. е завършен основният етап от застрояването на комплекса, който тогава тъне в зелената на различни растителни видове. Славата на курорта расте много бързо – през 1969 г. е регистриран „милионният турист“, през 1973 г. – „двумилионният“. Тази популярност се дължи и на трите големи международни музикални прояви, обединени във фестивала „Празници на Слънчев бряг“ – Международният песенен фестивал „Златният Орфей“, Международният фолклорен фестивал и Декадата на симфоничната музика.

Първоначалната концепция за строителство на Слънчев бряг, както и на Златни пясъци е сградите да бъдат не по-високи от три етажа. Когато през 1960 г. обаче започва строителството на 10-етажния „Астория“ в Златни пясъци, се оказва, че високите сгради са по-подходящи.

Появява се обаче нов проблем – с обикновеното скеле тези здания са неизпълними. След дълги дискусии се взема решение да се поръчат строителни кранове и така у нас се появяват първите подобни съоръжения, които впоследствие навлизат широко в страната.

В края на 60-те години се появява и третият наш голям морски курорт Албена. За негово място е избрано крайбрежието между с. Кранево и местността „Фиш-фиш“. По това време Кранево е едно западащо селище и дори имало идея да бъде заличено от картата на България. С построяването на големия комплекс в близост обаче, селцето се възражда за нов живот.

Албена превъзхожда другите курорти с туристическите и търговските услуги, с атракционните програми в оригиналните заведения, с центровете-базари, с отличните си условия и материална база за всички видове водни спортове и най-вече – с грижи към децата.

Популярността на курорта се дължи и на прекрасните околности, стари селища и нови почивни центрове: Белокаменният Балчик, крайморското езеро с лечебна кал Тузлата, Каварна и наситеният с културно-исторически останки от различни епохи нос Калиакра и Таук лиман, Тихият залив, където израства курортът Русалка, напомним неповторимата панорама на Велико Търново с белите едноетажни сгради, накацали по скалите. Русалка, замислена и построена според средиземноморски клубен модел, става едно от най-привлекателните места в Европа за почивка и развлечения. Комплексът е изграден изцяло с френски капитали, в него са почивали предимно западноевропейци, а само български е бил обслужващия персонал.

Културно-информационните центрове на големите ни курорти предлагат и богата програма в над сто обекта и екскурзии в страната, както и до Кайро, Истанбул, Ефес и другаде.

Още в началото на 70-те години страната вече разполага със 75 000 легла и границата от десет милиона туристи е премината, но въпреки това продължава усвояването на ивицата на север и главно на юг.

По замисъла на „Балкантурист“ на юг от Созопол се е планирало строителството на т. нар. Южен черноморски комплекс, който включва и Приморско. Този проект така и не се осъществява, но теренът е обхванат от мрежата на къмпинги и курортните селища. През 1987 г. България разполага с 98 къмпинга, които имат 14 165 легла в бунгала и 65 000 места за къмпирание. Измежду селищата, наричани ваканционни, две си спечелват международно признание – едното е Дюни, на юг от Созопол, другото е Елените, на север от Слънчев бряг. Със своя уникален и неподражаем стил, те посрещат първите си гости в края на 80-те.

Туристическата реклама, от която до голяма степен зависи успехът на отрасъла зад граница, се извършва от представителствата на „Балкантурист“ в чужбина. Значителна роля за развитието на туризма играят международните туристически борси в Берлин, Москва, Мадрид, Милано, Париж, Гьотеборг и другаде, където българските павилиони привличат много посетители. Огромно рекламно значение имат международните прояви, сред които са – рали „Златни пясъци“ и конкурсът „Златният Орфей“.

Безспорните успехи в туризма обаче, са съпътствани от немалко грешки в строителството на базата и в обслужването, които заедно образуват поредицата от нерешени проблеми в стопанския туризъм до 1989 г. Отблъснати са богатите индивидуални туристи, които не могат да получат луксозни удобства срещу парите си.

\*\*\*

Въпреки това стопанският туризъм през целия социалистически период е много печеливш отрасъл, осигуряващ така необходимата за развитието на икономиката и на социалния сектор твърда валута. Приносът му се увеличава многократно и поради възможностите, които той осигурява на милиони хора на труда, на студентите, учениците и децата да почиват на море и планина на достъпни цени.

#### 1. Видове туризъм според националната принадлежност на туристите



а) международен туризъм – той се осъществява, когато гражданите на една страна пътуват и пребивават на територията на друга страна с цел туризъм. Международният туризъм може да бъде разделен на 2 основни части;

- активен – при него чужди граждани посещават България и харчат валута придобита в собствената им страна

- пасивен – при него разликата е, че български граждани пътуват в чужбина и харчат средства придобити в България

б) вътрешен (национален) туризъм. Той се осъществява от гражданите на една страна в нейните предели.

2. Видове туризъм според потребностите

а) лечебен - целта му е профилактиката на здравето частично или пълно възстановяване след прекарано заболяване.

б) ваканционен (рекреативен) – осъществява се по време на големите отпуски (летен и зимен).

в) спортен туризъм - бива два вида:

- активен – при него туристите пътуват с цел непосредствено участие в спортни мероприятия.

- пасивен – при него туристите пътуват с цел наблюдение на спортното мероприятие.

г) културен – той е свързан с посещението на непознати места и обекти с цел обогатяване на знанията и общата култура. Той често се съчетава с останалите видове туризъм и е основен вид в Гърция, Египет, Италия и др.

д) служебен туризъм - включва пътувания с цел участие в официално организирано мероприятие. При него туристите изпълняват конкретните професионални или служебни задачи.

Съществуват следните подвидове:

- политически – лице или делегация която пътува с цел участие, преговори, държавни празници и други политически прояви.

- икономически – пътуване и пребиваване с цел посещение на изложби, панаири, договаряния и други.

- конгресни – пътувания с цел участие в различни симпозиуми, семинари, конгреси и други.

Този вид туризъм е високо платен и се практикува в най-високо категорийните хотели и от най-квалифицирания персонал.

е) религиозен туризъм - свързан с посещението на църкви и манастири по повод на някакъв празник или за поклонение.

ж) обществен туризъм – произтича от необходимостта да се поддържат връзки с обществото. Той включва посещение на близки и приятели, както и сватбени пътешествия.

з) транзитен туризъм – породени от необходимостта да се премине през територията на дадена страна за кратко време в рамките на 1 до 4 дни.

Туризмът има съществено значение за икономиката на страната. Нещо повече, България се счита за привлекателна, със съществени ресурси за развитието на туризма страна. Освен природните дадености, за развитие на туризма у нас, влияние оказват и следните фактори: нашата страна се утвърди като зона на стабилност в Югоизточна Европа, гарантираща безопасност и комфорт на своите гости. Разликата в цените на услугите, предлагани в България, в сравнение с цените в местата с постоянно живеещи туристи, е твърде благоприятна.

Основните фактори, обуславящи развитието на българския туризъм са:

- живописна и разнообразна природа;

• близост до основните пазари;

• безопасност;

- климат, благоприятен за здравето;
- богатото културно историческо наследство;
- съхранени традиции, обичаи и фолклор;
- гостоприемно население.

Счита се, че в страната има добри условия за развитие на многообразни видове туризъм, като обаче съществуват и големи проблеми при развитието на отделни видове туризъм. Ето защо, изследването на отделните фактори за развитието на туризма са съществена предпоставка за повишаване ролята на туризма в общото икономическо развитие у нас.

\*\*\*

Туризмът в България след 1989-та година обаче пое по друг курс. Малко се пише за проблемите, които възникнаха през времето на прехода и как общински и държавни земи бяха отчуждавани и превръщани в лична или частна собственост и след това върху същите парцели, започнаха да изникват малки или големи хотели. До колко и как беше позволявано това са въпроси, на които официален отговор и до ден днешен нямаме. Разбира се винаги може да оправдаем държавата и служителите на съответните общини, които са издавали разрешителните за строеж позовавайки се или не на градоустройствените планове за съответните райони. Факт е обаче чисто инженерно или конструктивно, че водоснабдителната или токоподаващата мрежа в районите на по-големите ни курорти бяха силно затруднени в извършването на своята дейност поради претоварването от новосъздадената и нововъзникнала инфраструктура.

През последните години туризмът се утвърждава като работещ и развиващ се отрасъл, в резултат на което той придобива все по-голямо значение за социално-икономическото развитие на България. Нараства неговият дял в Брутния вътрешен продукт (БВП), увеличават се приходите и валутните постъпления от туристическата дейност. Туризмът, заедно с услугите и високите технологии се очертават в приоритети на държавното и политическо стимулиране, от гледна точка на оформянето им като ниша за инвестиции в България. В този смисъл акцентът следва да се насочи не толкова към черноморския туризъм, колкото върху вътрешния туризъм – планински, културен, спа туризъм и други. Туризмът носи 13% от БВП и след затварянето на два блока в Атомната електроцентраля „Козлодуй“, ще се превърне от втори след енергетиката в първи експортен сектор в българската икономика. Ето защо, независимо, че туризмът е частен, много от условията, свързани с устойчивото му развитие, касаят цялостната програма и политика на държавата. Добрите перспективи за туризма в България се налагат, поради факта, че България е единствената дестинация в Европа, която не е отчитала спад в броя на туристите от 1999 г. насам. По данни от 2004 г., 14,38% повече чуждестранни граждани (без транзита) са посетили България през периода Януари-Декември 2004 г., 13,56 % повече туристи с цел почивка и ваканция са дошли в България през същия период, страните от Европейския съюз (без новоприетите членки) отбелязват увеличение в броя на туристите за България от 23,90%, отчетени са 20,01% повече приходи от туризъм за периода януари-н 2004 г. (Данните са представени в сравнение с тези за 2003 г.). Европейската комисия за туризъм към Европейския съюз отбеляза през 2005 г., че България е една от най-бързо развиващите се туристически дестинации. Проучването на евроекспертите сочи, че по темповете, с които се увеличават туристите в България, страната изпреварва Италия и Исландия. Българският туризъм отбелязва ръст от 20%. До 2004 г. това се дължеше основно на германските туристически концерни, които бяха превърнали България в част от бизнеса си. Повечето от българските черноморски хотели са кредитирани от германски туроператори. Ето защо те рекламираха и привличаха германските туристи, за да си върнат инвестициите. Ако преди 5-6 години България е имала достъп до 1% от пазара в Западна Европа, то сега вече има достъп до 5-6% от туристическия пазар. Тази тенденция се налага и поради факта, че в България вече може да се почива и

люксово. Страната вече не е дестинация само за безработни и пенсионери. Следва да подчертаем, че през последните 5-6 години българският туризъм преживява истински ренесанс. И въпреки, че според експертите България развива строителна индустрия, а не туризъм, инвазията на хотелиерския бизнес е най-видимият показател за интензивните години на бранша. Българските курорти са увеличили капацитета се почти три пъти. В черноморските курорти „Слънчев бряг“ и „Златни пясъци“ са инвестирани около 700-800 млн. евро, включително в изграждането на хотели с 4 и 5 звезди, които заемат около 20% от хотелите по Черноморието. По данни на Държавната агенция по туризъм само по крайбрежието има над 300 хил. легла в хотели, жилищни сгради и ваканционни комплекси. Нараства като стойност и интересът към ваканционните имоти от страна на инвеститори от Великобритания, Ирландия, Испания и Франция. Прогнозата на туристическия сектор е до две години България да се посещава от 5,5 млн. чуждестранни туристи, а приходите през 2007 година да надхвърлят 2,5 млрд. евро. Световната организация по туризъм предвижда през 2020 година страната да посрещне 20 млн. чужди туристи. Един от отговорите защо чуждестранният турист би избрал България за лятната си ваканция е „Защото в България е евтино и вкусно, има хубави плажове и няма тероризъм“. През последните 5-6 години се появи и друг отговор: „Защото в България вече може да се почива и луксово“. По прогнозни данни на Държавната агенция по туризъм за 2006 година се очаква 5-6% ръст на туристите в България и 7-9% ръст на приходите от туризъм. Въпреки добрите общи перспективи пред българския туризъм следва да отбележим, че лятото на 2006 година се очертава като сезона на туристическата стагнация. Има известен риск да стане първият сезон на спад в туризма в България.

За последните осем години туризмът в България бележи устойчив ръст по всички параметри. Това стана ясно на съвместна пресконференция на Министерство на туризма и Националния статистически институт (НСИ).

За периода 2009-2016 година приходите от туризъм са нараснали от 1,4 млрд. лева в началото на периода до 1,9 млрд. лева в края. Ръст е реализиран и по отношение на заетостта на базата, ношувките и туристите. За посочения осемгодишен период заетостта в хотелската база е нараснала значително – от 25 до близо 40 на сто.

Данните и тенденциите в сектора бяха представени от служебния министър на туризма Стела Балтова и Сергей Цветарски – председател на Националния статистически институт.

Цветарски предостави обобщени данни за туризма за 2016 година, която беше отчетена като рекордна за сектора.

Малко над 3,8 милиона са били българските граждани, които са реализирали туристически пътувания през 2016 година. 83,4% са пътували само в страната, 12,9% само в чужбина, а 3,7% - и в страната, и в чужбина. 8,2 милиона са били чуждестранните туристи, посетили България през 2016 г.

В сравнение с 2015 година общият брой на туристите над 15 години нараства с 11,5%. По-голямата част от туристическите пътувания в страната и чужбина са били с цел почивка. Що се отнася до разходите, с най-голям относителен дял в страната са тези за храна - 40,3%, а за чужбина – тези за транспорт – 32,7%.

През 2016 година средният разход при пътуване с лична цел е бил 176 лева в страната, а в чужбина – 502 лева. В същото време разходите на едно лице за професионално пътуване са средно 160 лева в страната и над 1000 лева в чужбина.

През миналата година в България са функционирали 3331 места за настаняване с над 10 легла – хотели, мотели, къмпинги, хижи и други. Броят на стаите в тях е малко над 140 хиляди, а на леглата - 328 хиляди. В сравнение с 2015 г. общият брой на местата за настаняване се е увеличил с 4%, а леглата в тях нарастват с 1,8%.

Общият брой на ношувките във всички места за настаняване през 2016 година е 25,2 милиона, или със 17,7% повече спрямо предходната година. Затвърждава се тенденцията за



повече нощувки във високия клас хотели. През 2016 г. в хотелите с 4-5 звезди са реализирани 66,2% от общия брой нощувки на чужди граждани и 31,5% на българи. В местата с 3 звезди са осъществени 25,1% от нощувките на чужденци и 29,1% на българи.

За миналата година само приходите от нощувки достигат 1,22 млрд. лева, или с 18,9% повече в сравнение с 2015 година.

2016 г. реализира един своеобразен пик, посочи управителят на НСИ, като отчете, че летният туризъм продължава да е водещ поради особеностите на нашата страна, но и зимният туризъм влиза в подем особено в последните две години.

Туризмът има сериозен принос за ръста на икономиката и на БВП на България, заяви от своя страна министър Балтова. И уточни, че причините за подема в туризма са в няколко посоки.

На първо място тя посочи това, че България е сигурна и спокойна дестинация, което е голямо предимство в контекста на глобалната среда за развитие на сектора. Друга причина е, че българският туристически продукт е повишил качеството си и е много иновативен в последните години. Туристическият продукт на страната ни е изключително конкурентоспособен, смята Балтова и допълни, че продуктите все повече се диверсифицират.

Напоследък формите на туризъм, които са търсени у нас, са свързани не само с почивка, но и с получаване на нови знания – пътувания по културно-исторически места, посещения на културни и спортни мероприятия, съчетаване на ученически лагери с изучаване на чужди езици и други, обясни министърът.

Затова и акцентът на новата маркетингова политика в туризма за 2018 г., която в момента се разработва, е да покажем иновативното и това, че то е свързано с придобиване на знания и е качествено, стана ясно от думите на Стела Балтова.

\*\*\*

Друг проблем е демографският фактор. За да се изгражда добра система от туристически връзки е необходимо да има добри кадри в туризма. За последните години ролята му, като част от БВП-то за страната се увеличи и достигна за 2018та година около 35%. Това налага сериозност в развитието на този отрасъл. За съжаление по отношение на сигурността, туризмът остава нестабилен поради взаимовръзката със световната икономика и международните отношения на България и управляващите блокове в световен мащаб. Образованието и задържането на качествени кадри в страната за последните 15 години стана много трудоемко и с времето започна да се размива. Все по-голямата сигурност, която населението търси в своето професионално развитие превърна отрасъла в преходна платформа за подрастващата работническа аудитория и временно стъпало към друго професионално развитие извън тази сфера. Създалата се обстановка доведе до недостиг на кадри и принудително започна „внос“ на необучени такива от чужбина, които пък поради техните ниски икономически нива търсят препитание у нас.

За понижаването на нивото на професионалност в отрасъла туризъм, доведе и системата на „All inclusive“. Според специалисти в областта след нейното внедряване се промени посоката на насоченост към, която сме се стремили до този момент да се развиваме, а именно да залагаме на качество и отлично обслужване на заможни туристи. Да се привлекат такива туристи обаче не може да се случи с липса на добре обучен персонал и системата „All inclusive“. Така по статистически данни и няколко изказвания на видни хотелиери стана ясно, че последните туристи със завидно имотно състояние и отлично платежоспособни, готови да „спонсорират“ българския туризъм, са ни посетили през далечната вече 2004-та година.

Как България ще се пребори с належащите проблеми в този отрасъл зависи до голяма степен от други национални проблеми, като отрицателния естествен прираст, реформите в образователната система и промяната на посоката на обучение във връзка с туризма, както и

повишаване на популярността на отрасъла в чуждестранен аспект. Дали това, което природата, историята и фолклора ни е завещал, ще го задържим и доразвием зависи изцяло от нас, като народ и нека червените лампи, които светят, като сигнал за проблем, а сега вече и за бедствие, бъдат забелязани от държавността на страната ни. Необходимо е да се вземат спешни мерки за запазване позициите на отрасъла и стабилизирането му за в бъдеще.

#### **References:**

1. Banabakova, V., Iv. Ionova. 2017. Ustoichivoto razvitie I problemite na Bylgarskiq turizym, Nacionalen Voenen Universitet „Vasil Levski“ – Veliko Tyrnovo
2. Balgarska akademia na naukite <http://www.bas.bg/>
3. Natsionalen statisticheski institut <https://www.nsi.bg/>
4. <https://www.fixstay.com/bg/article/216/soc.html>