

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ, КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТ И ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

Братой Копринаров

Университет "Проф. д-р Асен
Златаров" – Бургас

РЕЗЮМЕ — В съвременната динамично развиваща се туристическа индустрия проблемите на конкурентоспособността и устойчивото развитие са ключови фактори за постигане на икономически растеж. В статията се обсъждат съвременните тенденции за устойчиво развитие на туризма, като условие за повишаване на конкурентоспособността на българския туризъм.

Ключови думи: конкурентоспособност, устойчив туризъм, икономически растеж

SUSTAINABLE DEVELOPMENT, COMPETITIVENESS AND ECONOMIC GROWTH OF TOURISM IN BULGARIA

Bratoy Koprinarov

"Prof. Dr. Assen Zlatarov" University – Burgas

ABSTRACT — In today's rapid developing tourism industry the problems of competitiveness and sustainable development are approved to be key factors for achieving an economic growth. The contemporary trends for sustainable development of tourism branch are discussed in this article as a condition for increasing the competitiveness of Bulgarian tourism.

The new dimensions of marketing in tourism outline as a special highlight that affects the maintaining of long lasting competitive advantages of every tourism enterprise. This protects the key role of modern marketing in the development of the tourism industry in the globalizing market.

Keywords: competitiveness, sustainable tourism, economic growth

ВЪВЕДЕНИЕ

През последните години туризмът се утвърди като важен отрасъл за българската икономика генерирайки приблизително около 6 млрд. лв. или от 10% до 13% от брутния продукт на страната. За съжаление, реалната туристическа действителност ясно показва, че независимо от наличието на значителния туристически потенциал, подобрената

* Corresponding author at: "Prof. Dr. Assen Zlatarov" University – Burgas, Faculty of Social sciences, Department of Marketing and tourism, e-mail: bgko@abv.bg

категорийна структура и значителните инвестиции, резултатите разкриват наличие на неблагоприятни констатации и тенденции. Особено в сравнение с нашите основни конкуренти в региона. Статистическите данни ясно разкриват незадоволителното развитие на международния туризъм в страната през последните години.

Основен приоритет при определяне на икономическото значение на отрасъла е неговият пряк и общ принос при формирането на БВП. Изнесените статистически данни за общия принос на туризма в БВП на България през последните няколко години е в рамките на 13%-14%, което значително надхвърля средните величини за Европа и света, но изостава спрямо Гърция, където този принос надхвърля 17%. Подобна е картината и по отношение на показателите „пряк и общ принос на туризма към заетостта“.

Характерна особеност в развитието на туризма в страната ни е наличието на ниска добавена стойност и ниска производителност, т.е. налице е ниска конкурентноспособност. Статистическите данни разкриват, че спрямо основните ни конкуренти приходите от един чуждестранен турист в България са около 70%, а в сравнение с Испания са почти двойно по-малко.

Като специфичен техен антидот през последните години все по често и усилено се лансират концепциите за „алтернативни видове туризъм“, „устойчив туризъм“ и „зелена икономика в туризма“, в контекста на възможностите за повишаване на конкурентността на българската туристическа индустрия¹.

Доколкото в предлагания продукт на българския туризъм, морският масов туризъм е с доминиращ дял в пътуванията, то посочените кризисни предизвикателства го засягат в най-голяма степен.

Настоящото изложение има за цел, да маркира някои от възможните измерения за практическа реализация на „устойчивостта“ и „зелената ориентация“, да разкрие възможностите за повишаване на конкурентноспособността и резерви за икономически растеж на българския туризъм чрез задълбочаване на инвестиционната дейност, в контекста на глобални следкризисни условия и тенденции в развитието на туристическото търсене и предлагане.

ПАЗАРНА КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТ В ТУРИЗМА

В теорията и особено в туристическа практика и лексика през последните години в България все по масово навлиза понятието „конкурентноспособност“. Причини за този нов „прочит“ на тенденциите в развитието на туристическия бизнес се коренят в редица обективни процеси и явления характерни за последните десетилетия в развитието сектора у нас. В края на 80-те години на 20-ти век, негативните влияния и последствия на туризма

¹ Tourism outlook 2010. UNWTO News. Magazine of the World Tourism Organization www.UNWTO.org. Issue 1/2010

стават отчетливо осезаеми. Идентифицираха се сериозни проблеми от страна на масовия рекреационен туризъм, развиващ се преди всичко като икономически инструмент, несъобразен с устойчивото развитие на съответната дестинация. Същевременно в условията на изпреварващо предлагане спрямо туристическото търсене, на преден план все по-остро излизат проблемите на конкурентноспособността на туристическите дестинации.

Теми като конкурентноспособност, модерни технологии, иновативни маркетингови похвати, вече не са само предмет на теоретични интерпретации, те носят и конкурентно предимство, от което всеки мениджър трябва да се възползва, реално спомагат за постигане на устойчив икономически растеж и заетост в този динамичен отрасъл.

Темата за конкурентноспособността и конкурентните предимства в стопанския живот има дълга история, но през последните години кореспондира основно с разработките на М. Портър, според когото “единственото смислено обяснение за конкурентноспособност на национално равнище е националната производителност”².

Последователите³ на М. Портър в изследването на конкурентноспособността, конкретизират възможностите за повишаване на отрасловата конкурентноспособност, в т.ч. и в туризма, до следните препоръки:

- подобряване на изучаването на потребителите с цел установяване на промени във взискателните потребители и избор на целеви стратегически сегменти;
- проучване и реализиране на насрещна интеграция по “веригата на стойността” на продукта с цел селективно търсене на възможности за овладяване на нови звена по веригата;
- осъществяване на иновации;
- коопериране с клъстерите на свързаните с индустрията фирми;
- изследване и разбиране на собствената относителна конкурентна позиция;
- преодоляване на прекаленото разчитане на основните производствени фактори като източник на конкурентно предимство;
- създаване на ефективен публично-частен диалог, като държавата следва да избягва политика на патернализъм.

Всичко посочено ясно кореспондира със съществуващите проблеми и предизвикателства пред българския туризъм. Конкурентноспособността на туристическа дестинация става обект на сериозни теоретични и практически изследвания в началото на 90-те години на миналия век, предимно под егидата на Международната асоциация на научните експерти по туризъм (AIEST)⁴. При дефинирането на конкурентноспособността на туристическата

² Портър, М. *Конкурентното предимство на нациите*. София, 2004, с. 19

³ Fairbanks, Michael and Lindsay, Stace, *Plowing the Sea: Nurturing the Hidden Sources of Growth in Developing Countries*, Harvard Business School Press, Cambridge, 1997

⁴ Mihalic, T., J. Sirse. *Slovenian tourism and tourism policy – A case study*. The Tourist Review 3, (1999), с.34-47., Ritchie, J.R., Brent, G. Crouch. I. *The competitive destination: A sustainable perspective*. Tourism Management. 21, (2000), p. 1-7., Gutierrez, E., E. Bordas. *La Competitividad de los destinos turísticos en mercados lejanos*. AIEST, St. Gallen, 1993., Gutierrez, E., E. Bordas. *La Competitividad de los destinos turísticos en mercados lejanos*. AIEST, St. Gallen, 1993

дестинация се застъпват различни гледни точки. Вариациите се колебаят от тясно смислови определения, акцентиращи върху отделен важен показател за конкурентноспособността, като например пазарния дял, до крайно абстрактни дефиниции, препокриващи се с разбирането за националната конкурентноспособност. Според нас, на основата на многобройните интерпретации, биха могли да се разграничат следните основни тези:

- Конкурентноспособността на туристическата дестинация е равнозначна на нейните количествени пазарни успехи, т.е. основно на нейния пазарен дял, изразен съответно по натурални показатели (брой туристи, брой нощувки) или по стойностен показател (приходи от туризъм).
- Конкурентноспособността на туристическата дестинация се определя от вида и характера на продуктите, които тя произвежда и продава. От значение е способността на дестинацията да създава продукти с добавена стойност, които съхраняват нейните ресурси и поддържат нейната пазарна позиция спрямо конкурентите.

УСТОЙЧИВО ТУРИСТИЧЕСКО РАЗВИТИЕ

При прегледа на чуждестранната и българска литература по проблемите на туризма и рекреационната дейност, устойчивото развитие се анализира много често като процес за планиране и управление на териториалното развитие, т.е. като възможност за балансирано и хармонично развитие. В Брундландския доклад, устойчивото развитие се дефинира като „развитие, което посреща потребностите на настоящите поколения, без да отнема възможностите на бъдещите поколения, да задоволяват техните потребности”⁵. Дефиницията за устойчиво развитие преминава през редица дискусии и значително еволюира през последните години. Дефинирането на понятието се разви не само в посока на разширяване на обхвата, но същевременно претърпя и редица качествени изменения, значително се задълбочи анализа и пълнотата на самото понятие⁶. Израз на тези промени в разбирането за „устойчиво развитие” е факта, че социално-икономическите дейности вече се разглеждат през призмата и контекста на цялостното устойчиво развитие на националната икономика. В тази връзка е удачно да припомним сполучливото определение на Cronin, L., според което устойчивото туристическо развитие засяга най-вече социалната и икономическа устойчивост в дестинацията. Според същият автор, устойчивостта е необходимо да намери израз в „уважение към културата и средата на местната общност, икономиката и традиционния начин на живот, поведението на местните, социалната йерархия и политическия им модел”⁷, а също така в оптималното използване на ресурсите, опазване на биологичното развитие, намаляване на екологичните, социалните и културни въздействия, увеличаване на ползите от опазване на средата и ползите за местните общества в дългосрочен план.

⁵ Цит. по Маринов, С. и др. Насоки за внедряване на концепцията „зелени хотели” в община Варна, Варна 2009, с. 11

⁶ Middleton, V., R.Hawkins, *Sustainable tourism: A marketing perspective*, Oxford, 1998.

⁷ Cronin, L., *A strategy for tourism and sustainable development*. World Leisure and Recreation Journal Fall, 12-18, (1990)

Основна цел на новата туристическата политика в Европа, в това число и в България, е да допринесе за „подобряване на конкурентноспособността на туристическата индустрия и да създаде повече и по добри работни места чрез устойчиво развитие на туризма, както в Европа, така и в глобален мащаб”⁸. Логическата необходимост и обвързаност между необходимостта от повишаване на конкурентноспособността на туристическите дестинации и опазването на туристическите ресурси за бъдещите поколения позволи създаването на „Дневен ред за устойчив и конкурентноспособен европейски туризъм”.

Според «Дневен ред», намирането на точния баланс между подсигурирането на благополучието на туристите, нуждите на природната и културната среда, и развитието и конкурентноспособността на дестинациите и бизнеса изискват интегриран и цялостен политически подход, при който всички заинтересовани страни споделят едни и същи цели. Според документа, при преследването на конкретните цели е необходимо преодоляването на известни предизвикателства, специфични за сектора на туризма като:

- необходимост от устойчиво съхраняване и управление на природните и културните ресурси;
- намаляване на сезонния характер на търсенето;
- създаване на възможности за достъпен за всички туризъм, подобряването на качеството на работните места, предлагани в сферата на туризма;
- гарантиране на безопасността и сигурността на туристите и на местните общности, които участват в предлагането на туристически услуги.

«Дневен ред» систематизира същевременно и принципите за постигане на конкурентноспособен и устойчив туризъм в следните насоки:

- Прилагане на цялостен и интегриран подход;
- Дългосрочно планиране;
- Постигане на подходящо темпо и ритъм на развитие ;
- Ангажиране на всички заинтересовани страни;
- Прилагане на най-добрите налични знания и практики;
- Активно и непрекъснато развитие на иновационната дейност, увеличаваща конкурентноспособността;

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конкурентноспособността на световната, в т.ч. и българската туристическа индустрия е тясно свързана с неговата устойчивост, тъй като качеството на туристическите дестинации е силно повлияно от съответната природната и културната среда и тяхната интеграция в

⁸ Commission of the European Communities. “A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism”. Communication from the commission, COM(2006) 134 final, Brussels, 2006

местната общност. В дългосрочен план, устойчивост и икономически растеж може да се постигне само при балансираност на икономическите, социо-културни и екологични фактори. Необходимостта да се „примири“ икономически растеж с устойчивото развитие, също така включва и етичен компонент. Сред основните предизвикателства за устойчив туризъм, отличаващ се с високо ниво на конкурентноспособност и устойчив ръст можем да включим:

- Запазването на природните и културните ресурси;
- Намаляване на отрицателно въздействие върху туристическите дестинации;
- Насърчаване на благосъстоянието на местните хора;
- Намаляване на сезонността на търсенето и други;

Опциите и възможностите на българската туристическа политика, относно повишаването на устойчивостта и конкурентноспособността на българския туризъм чрез прилагане на принципите на устойчивото развитие в посоката, начертана от «Дневен ред», Лисабонския договор и стратегията „Европа 2020“ изисква съвместни усилия от страна на всички туристически актьори. Необходими са лидерство, образователни и насърчителни действия от страна на държавните и общинските управленски субекти в т.ч. неправителствените национални, регионални и местни туристически организации следва да осъществяват разяснителни, координиращи и поддържащи действия.

ЛИТЕРАТУРА

Tourism outlook 2010. UNWTO News. Magazine of the World Tourism Organization
www.UNWTO.org. Issue 1/2010

Портър, М. Конкурентното предимство на нациите. София, 2004, с. 19

Fairbanks, Michael and Lindsay, Stace, *Plowing the Sea: Nurturing the Hidden Sources of Growth in Developing Countries*, Harvard Business School Press, Cambridge, 1997

Mihalic, T., J. Sirse. Slovenian tourism and tourism policy – A case study. *The Tourist Review* 3, (1999), с.34-47., Ritchie, J.R., Brent, G. Crouch. I. The competitive destination: A sustainable perspective. *Tourism Management*. 21, (2000), p. 1-7., Gutierrez, E., E. Bordas. *La Competitividad de los destinos turísticos en mercados lejanos*. AIEST, St. Gallen, 1993., Gutierrez, E., E. Bordas. *La Competitividad de los destinos turísticos en mercados lejanos*. AIEST, St. Gallen, 1993

Цит. по Маринов, С. и др. Насоки за внедряване на концепцията „зелени хотели“ в община Варна, Варна 2009, с. 11

Middleton, V., R.Hawkins, *Sustainable tourism: A marketing perspective*, Oxford, 1998.

Cronin, L., *A strategy for tourism and sustainable development*. *World Leisure and Recreation Journal* Fall, 12-18, (1990)

Commission of the European Communities. “A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism”. Communication from the commission, COM(2006) 134 final, Brussels, 2006