

Проучване развитието на туризма в националните курорти на България и прилагане на механизми за устойчиво развитие

Гл. ас. д-р Десислава Алексова

Международно висше бизнес училище

Study of the Development of Tourism in the National Resorts of Bulgaria and Implementation of Mechanisms for Sustainable Development

Chief Assist. Assoc. Prof. Dessislava Aleksova, Ph. D.

International Business School

Abstract: The survey includes a study of the potential for sustainable tourist development of national resorts in Bulgaria and the opportunities for destination management. The main accents are focused on their stages of development, mistakes made in the planning and regulations and setting guidelines for their sustainable development, in accordance with current trends. It is made an in-depth analysis of the marketing macro environment and the factors influencing the development of tourism, as well as SWOT analysis. It involves developing a method for local tourist development of a tourist destination. Consideration has been given to the development of a methodological research framework, analysis and evaluation of tourism potential: external and internal environmental factors, tourism resources, material resources, human resources and administrative capacity. They are all represented as subsystems of the territorial recreation and tourism system. A study of the interconnections between them, the definition of strategic priorities and the proposals for a sustainable tourism development at the local level was carried out. It has been proven that successful sustainable tourism

development in the national resorts is related to conducting systematic marketing studies.

JEL: Q260 Recreational Aspects of Natural Resources, Q560 Environment and Development; **Z32** Tourism and Development, **Q010** Sustainable Development, **R580** Regional Development Planning and Policy

Key words: *sustainable development, regional development, national resorts, tourist zoning*

Въведение

Изграждането и развитието на националните курорти е пряко свързано с ресурсната им обезпеченост, капацитета на територията и качеството на туристическия продукт. България има опит в изграждането на курортни комплекси от края на 50-те години на XX век, които се развиват като държавни структури, субсидират се от държавния бюджет, предназначени са за вътрешен и отчасти международен туризъм. Това налага, когато се разглеждат проблемите на изграждането и развитието на курортните комплекси, да се вземат предвид някои съвременни тенденции, а именно: тясната връзка между туризма и свободното време; наред с избраната основна форма на почивка, туристът търси все повече допълнителни туристически услуги, емоция, преживяване и пълноценност на престоя; основно изискване за качество на предлаганите туристически продукти, услуги и стоки; спазване на правилото за “минимални ресурси– максимален ефект”; многофункционално целогодишно използване на материалната база за туризъм – през всички сезони, от всички възрастови групи, с възможност за допълнителни туристически пакети; завишени изисквания за екологичност на всичко и във всичко: чист въздух (опасност от индустриални замърсявания и фини прахови частици), чиста земя (недопустимо е наличие на сметища в близост с курортните комплекси), екологична храна (екологично земеделие, животновъдство, овощарство), екологични строителни материали (забрана на анилинови бои, азбестови плоскости и пр.), екоматерии за бельото в хотелите (памук, по-малко изкуствени материи, естествено боядисани и пр.); еволюция на местата за настаняване; промяна в туристически поток – от масовия турист към индивидуалния турист; търсене и предлагане на специфичен туристически продукт, определящ т. нар. “марка” на туристическия обект или дестинацията.

Туризмът все повече се характеризира с концентрация и централизация на капитали – туризмът вече е индустрия, хотелите са част от големи вериги, предлагат се много комплексни туристически услуги (настаняване, транспорт, билети за културни или спортни прояви, SPA услуги, участие в панаири и борси и пр.). Тази тенденция води до зависимост от стана на малките доставци на услуги при евентуален

фалит на крупна корпорация – авиокомпания, туроператор, хотелска верига и др. Типични пример са фалитът на „Томас Кук“ и многобройните отменени чартърни полети, във връзка с пандемичната обстановка през 2020 г.

Целта на проучването е извършване на задълбочен анализ на развитието на туризма в националните курорти и определяне на практически насоки за устойчивото им развитие, което ще допринесе за подобряване на конкурентоспособността на България като туристическа дестинация на европейския и световен туристически пазар. Обект на изследване са курортите с национално значение, определени с Решение №45 на МС от 21.01.2005 г. Предмет на изследване е тяхното устойчиво развитие и прилагане на разработена иновативна методика, включваща богат набор от научноизследователски методи. Темата е актуална от гледна точка на тяхното устойчиво развитие в контекста на туризма като икономически сектор с приоритетно значение за националната икономика.

Следва да се посочи, че тези 9 курорта покриват малка част от територията на България, но съсредоточават голям обем от туристическите дейности в страната. Според статистиката в тях са концентрирани 44% (150 000) от всички легла в страната и 47% от всички нощувки, регистрирани от български и международни туристи. Относителният дял на посетителите в тях са 30% от тези в страната, като само чуждестранните посетители са 46%. По време на ограничения период на тяхното годишно функциониране в тях се генерират 50% от всички приходи от нощувки в България. (Източник: НСИ, 2020)

1. Основни етапи в развитието на туризма в курортните комплекси в България

Изграждането на курортни комплекси и в частност на националните курорти в България, е свързано преди всичко с Черноморското крайбрежие, което е изключително съчетание на благоприятни климатични условия, разнообразни и богати морски и балнеоресурси, живописна брегова ивица, характерен природен ландшафт, богато биоразнообразие, многопластово културно наследство и пр. Селищата, създавани по морския бряг, се свързвали с важни търговски пътища, установявали се икономически и културни връзки. Богата е историята на черноморските селища Дионисопол (Балчик), Одесос (Варна), Месамбрия (Несебър), Анхиало (Поморие), Аполония (Созопол) и пр. Постепенно в годините те се превръщат и в морски курортни средища, като в България интересът към морето и неговите ресурси се засилва още в първите години след Освобождението. Нарастващият интерес към почивките на море сред европейските общества през XIX век прониква и в България след Освобождението. Паралелно с това се утвърждава и

високата оценка на изключително подходящите природни условия за морска рекреация. През 1880 г. са построени на релси в морето край Варна първите “морски бани”. Първоначалните усилия на частните предприемачи, общинските власти и широк кръг от общественици е да благоустроят градските плажове на Варна и Бургас в съвременни морски бани, да изградят функционална и атрактивна градска среда за посрещане на наши и чужди летовници, които датират още от 1881 г. За десетилетие град Варна се превръща в известен морски курорт, посещаван по суша и море от многобройни гости от различни европейски страни и е център на внимание в редица пътеписи и пътеводители. Още през този период се налага мнението, че по-голям успех биха имали крайградските местности с плажна ивица. През 1907 г. Областният съвет на Варна, собственик от 1899 г. на манастира “Св. Св. Константин и Елена”, взема решението за създаване на морски курорт в землището му – местността „Летовище”. През 1909 г. се изгражда единственият на Балканите детски балнеосанаториум по инициатива на Царица Елеонора, а през 1912 г. Община Варна изготвя цялостен проект на курорта с основна насоченост в курортно-туристическата дейност. През 1921 г. с указ Варна е обявена за морски курорт. В годините тя се утвърждава като “лятната столица на България”. Това е и една от причините в съседство с нея по-късно да се създадат първите курортни морски комплекси.

През 1921 г. започват и проучвания на Анхиалското калолечебно езеро. Предлага се построяването на калолечебница и санаториум към нея. Счита се, че началото на международния морски туризъм по крайбрежието е поставено през 1926 г. Богатите ресурси на тези територии се превръщат във важна предпоставка за развитие на туризъм, като за курортни цели се използвали черноморските селища Варна, Бургас, Созопол, Поморие и др. За посещение са били устроени само плажовете на Варна и Бургас. Настаняването на курортистите е ставало предимно в частни квартири, вили, малък брой почивни станции и хотели. (Грънчарова, 1994) Идеята за съчетаване на морелечението и гроздолечението с туристическо приложение се реализира с изграждането на първата почивна гроздолечебна станция със 140 стаи, откритата през 1933 г.

През 50-те години на миналия век се поставя началото на планирано изграждане на крайбрежието, като се определят конкретните територии за усвояване. Влияние в това отношение оказва и опитът на редица европейски страни, по крайбрежията на които вече са построени туристически комплекси, които бързо се развиват и привличат много туристи от различни страни (крайбрежията на Франция, Испания, Италия и др.). От този период се очертават основните етапи в развитието на курортните комплекси в България, както следва:

I-ви етап (1948–1960 г.) поставя начало на планиране на туристически комплекси и изграждане на първите хотели. Развитието на туризма по Българското крайбрежие се свързва и с дейността на създаденото през 1948 г. стопанско предприятие “Балкантурист”, което се явява приемник на съществуващото пътническо бюро “Балкан”. Първият изграден курортен комплекс в България е “Св. Св. Константин и Елена”. На 29 май 1949 г. в него се открива първият курортен хотел “Роза” с 314 легла. Съществуващият манастир “Св. Св. Константин и Елена” е отдавал стаи за почивка още преди Освобождението. През 1908 г. се построява почивен дом (летовище) за посетителите на манастира. През 1926 г. се построява и сграда за колония на чешки деца. Територията се използва по-късно и от летовници от Румъния, Полша, Чехословакия. Курортният комплекс се развива бързо след посочената 1949 г. и е известен с името си “Дружба”, поради посещението на туристи от социалистическите страни. До 1959 г. в курорта влизат в действие още тринадесет хотела, два тематични ресторанта, барове, механи и сладкарници, съоръжения за водни спортове, тенис на корт, волейбол, и други забавления. На територията на комплекса се намират 7 минерални извора. Комплексът е самостоятелен интегриран тип с централизирано управление, съставна част на държавното предприятие “Балкантурист”. (Стойнов, 2014)

II-ри етап (1960–1974 г.) включва разработване на нови устройствени планове за комплексите и завишаване на капацитета им, изграждане и на обслужващи туристически обекти. През 60-те години на XX век интензивно се изгражда туристическа база, като годишно влизат в експлоатация по 6000-7000 легла. През 70-те години на XX век в съответствие с растежа на броя на леглата, се разширява мрежата от ресторанти и други съоръжения за обществено хранене, на хотели, на къмпинги, съоръжения за спорт, развлечения и др. Изграждането на нова настанителна база се съсредоточава основно в туристическите комплекси по черноморското крайбрежие. (България..., 1968)

Стимул за развитието на туризма през 60-те и 70-те години на XX век дава автомобилния туризъм. С цел подобряване на обслужването започва да се предлага широка гама допълнителни услуги на пътуващите. Създадено е и специално предприятие „Хемус”, което извършва комплексни услуги по настаняване, предоставяне на информация, извършване на резервации, организиране на екскурзии, посещения на концерти, представления, музеи и др. За нуждите на автотуристите се извършва значително строителство на къмпинги, мотели, бензиностанции, сервизи, магазини, ресторанти и др. В края на 60-те години по черноморското крайбрежие са изградени 62 къмпинга със 78 000 места, а във вътрешността на страната 79 къмпинга със 17 000 места. (България..., 1968)

За тези първи два етапа има оскъдни статистически данни. От 1951 г. Централното статистическо управление започва да събира статисти-

чески данни за броя и легловата база в хотелите на територията на страната, а от 1960 г. нататък и за броя на почивните станции и хижите и легловата база в тях, но липсва отделна статистика по региони и за курортните комплекси. (Виж Таблица 1 и Таблица 2)

Таблица 1. Брой хотели и легла в хотелите 1951-1974г.

Година	Брой на хотелите	Брой на леглата в хотелите
1951	449	8710
1954	623	10769
1956	763	14054
1960	810	26835
1962	813	33292
1966	729	52359
1967	765	56943
1968	759	65272
1969	751	65272
1970	745	69779
1972	765	88526
1973	763	92243
1974	758	96862

Източник: Туризм Tourism, Централно статистическо управление, София, 1974

Таблица 2. Брой други места за настаняване и леглова база 1960-1974г.

Година	Брой на почивните станции	Брой на почивните леглата в станции	Брой на хижите	Брой на леглата в хижите
1960	397	32815	92	1831
1962	439	40213	147	4163
1963	520	41548	158	5308
1965	637	46982	179	7463
1966	659	50734	192	9309
1967	813	56590	200	10294
1968	887	59525	205	11661
1969	938	62490	226	12864
1970	986	66343	235	13625
1971	1012	470453	325	19498
1972	1076	488749	361	20353
1973	1057	488136	343	19417
1974	1369	678850	329	19189

Източник: Туризм Tourism, Централно статистическо управление, София 1974

Значително по-малка динамика има при заведенията за обществено хранене, където е водена статистика от 1968г. (Виж. Таблица 3)

Таблица 3. Заведения за обществено хранене в периода 1968-1974 г.

Индикатор	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Бр. заведения за обществено хранене	18930	19319	19775	21143	20457	20727	21152
Бр. места в заведенията за обществено хранене	884257	911138	945308	978309	1023409	1056763	1095595

Източник: Туризм Tourism, Централно статистическо управление, София 1974

III-ти етап (1975–1989 г.) е свързан с усвояване на допълнителни територии за развитие и изграждане на хотелски комплекси. През 80-те години трайно се запазва тенденцията основната част от капиталовложенията да бъдат насочвани за реконструкция и модернизиране на базата.¹⁰ През 1988 г. „Балкантурист“ се нарежда на десето място в света по брой легла – 388 хотела, с 87 400 легла, 53 къмпинга, 11 000 легла в бунгала и още 98 000 легла в частни квартири и стопанисва 1 300 ресторанта и заведения за забавление. Предприятието разполага и със собствен транспорт: автобуси и леки автомобили за рент а кар, както и два луксозни пътнически кораба.¹¹ Националната туристическа политика на социалистическата държава вижда добрите възможности за развитие на планинските курорти в две насоки: международен стопански туризъм и социален и здравен вътрешен туризъм. След Априлския партиен пленум през 1956 г, заедно с програмата за създаване на морските курорти, се стартира изграждането на хотели от алпийски тип, ски писти, съоръжени с лифтове и влекае, обща туристическа инфра- и суперструктура, транспортна мрежа за връзка с летищните точки и пътните артерии на страната. Така се формират курортните комплекси "Боровец" и "Пампорово", с основно предназначение – зимни ски спортове. Добиват важност не само в туристическата среда, но и сред международния професионален ски спорт. КК "Боровец" е два пъти домакин на състезания за Световната купа по ски-алпийски дисциплини – 1981 г. и 1984 г. Балнеотерапията като допълнителна услуга е включена в предложенията на редица висококатегорийни обекти, най-вече в морските курорти. До 1990 г. цялата балнеолечебна суперструктура е държавна или общинска собственост, като управлението и надзора се осъществяват от отделите "Почивно дело" на Социалното и Здравното министерства, на общинско и държавно ниво, но извън системата на стопанските туристически предприятия. (Стойнов, 2014)

IV-ти етап (1990–1995 г.) е свързан с нови обществено-икономически условия в страната, смяна на собствеността, забавено развитие на комплекси поради липса на инвестиции. В преходния период социално-икономическите отношения се променят – извършва се приватизация, обектите стават частна собственост с частни инвестиции, започва бърза урбанизация на териториите им с голямо ново строителство и реконструкция на съществуващите туристически обекти, капацитетът на курортите се завишава нееднократно.

С политическите и правни реформи в страната след 1990 г. и връщането на частната собственост в икономическата дейност, в курортните

¹⁰ „Добре дошли, драги гости“, интервю с Петър Дойчев във в. Труд, 07.01.1988 г.

¹¹ Балкантурист” днес. Статия във в. „Труд“, 07 януари 1988 г.

комплекси настъпват промени в състава на формите на собственост и управленските системи. Правителството закрива функциите на държавното предприятие "Балкантурист" като централно управление на курортните комплекси и ги трансформира в еднолични акционерни дружества със 100% държавно участие. По този начин остава централизираната система на управление вътре в комплексите, и отпада общото управление над тях, като остават под същия принципал – Комитета по туризъм. През следващите години, чрез Държавната агенция по приватизация, държавата продава активите си и в състава на собствениците влизат и частни и публично-частни търговски дружества. Моделът на раздържавяване, приложен при различните комплекси не е еднакъв. Например "Златни пясъци" ЕАД, "Слънчев бряг" ЕАД и "Св. Св. Константин и Елена" ЕАД се разпродават "на парче", без договаряне на условия и клаузи, третиращи стратегически цели на туристическото развитие. В следствие и част от останалите хотели е продадена или отдадена на външно управление, като по този начин се заличава централизираната структура на управление. "Албена" ЕАД се раздържавява, като се запазва цялостта на акционерното дружество, но и в този случай отделните собственици имат свобода в решенията за търговската си политика на развитие. "Ривиера" АД, "Русалка" АД и "Слънчев ден" АД придобиват от единични собственици и остават до момента под централизирано управление. (Стойнов, 2014)

V-ти етап (1995–2008 г.) обхваща начало на приватизация на обектите в комплексите, неконтролирано ново строителство и реконструкция на съществуващи обекти, бърза урбанизация преди влиянието на световната икономическа криза. Комплексите провеждат спонтанно и хаотично развитие. Структурирането им няма обща концепция, а специализираните зони губят същността си. Отделните дружества, собственици на обекти в рамките им следват индивидуалните си търговски интереси, които не се покриват с обществените. Всяко отделно дружество, придобило какъвто и да е терен в комплекса, го застроява до максимален брой легла, с всички възможни заведения за хранене, спортни съоръжения и допълнителни услуги. Оформянето на отделните архитектурни решения не следва общ за комплекса план или стил. Често проектите следват безконтролната мегаломания на собствениците или пък изпълняват нетуристически и незаконосъобразни цели. Не остават общи за комплекса тематични атрактивни заведения, тъй като и самите те са достроени до хотелски комплекси. (Стойнов, 2014)

През този период е приет първият Закон за туризма (1998 г., отн 2002 г.), уреждащ администрирането в държавната политика в областта на туризма, органите и организациите в туризма, условията и реда за извършване на туристически дейности и контрола върху тях. Целта му е била, да се създаде законовата рамка за извършване на основните

дейности в туризма - хотелиерството, ресторантьорството, туроператорската дейност, туристическата агентска дейност и предоставянето на допълнителни туристически услуги и облекчаване процеса на приватизация на туристическите обекти –държавна и общинска собственост. Законът за туризма (2002 г. отм. 2013 г.) отменя закона за туризма от 1998 г. Целта му е да се продължи процеса на приватизация на туристическите обекти държавна и общинска собственост, да отмени лицензионния режим и въведе регистрационен, като същевременно осигури условия за развитие на туризма като отрасъл с приоритетно значение, въведе единни критерии за извършване на туристически дейности, осигури защита на потребителите на туристическия продукт, определи правата и задълженията на лицата, имащи отношение към туризма и регламентира контрола върху туристическите дейности и качеството на туристическия продукт, но на практика туризма никога не става приоритетен отрасъл на българската икономика, въвеждането на единни критерии за извършване на туристически дейности се превръща в тромава франчайзингова система за категоризация, предлагаща изисквания съобразени със строителството на хотели през 50-те и 60-те години на XX век, които са свързани с количествени показатели и размерите на по-голямата част от приватизираните в периода 1998-2001 г. хотели–държавна собственост. (Драганов, 2017)

С направените промени в Наредба №7 и намаляването на параметрите на застрояване от Министерство на регионалното развитие и благоустройство (МРРБ), през 2005 г. се ограничава строителството в планинските и морските курорти. Целта на промените е да се спре урбанизирането на курортите и ваканционните селища. Промените в Наредба №7 засягат курортите Албена, Златни пясъци, Св. Св. Константин и Елена, Слънчев бряг, Елените, Дюни, Приморско, Пампорово и Боровец.¹²

През 2007 г. е приет Закон за устройство на Черноморското крайбрежие (ЗУЧК), който регламентира условията и реда за определяне на териториалния обхват на Черноморското крайбрежие и на крайбрежната плажна ивица, изискванията, правилата и нормативите за тяхното устройство, ползване, застрояване и опазване. Законът е изменян и дъпгълван многократно.

VI етап (2009 – 2019 г.) е белязан от влиянието на световната икономическа криза и намаляване интензитета на строителството. След периода на масово кредитиране на туристически инвестиции до 2008 г. последва тотална стагнация по отношение на подкрепата за създаване на хотелска и ресторантска база. През този период се наблюдава

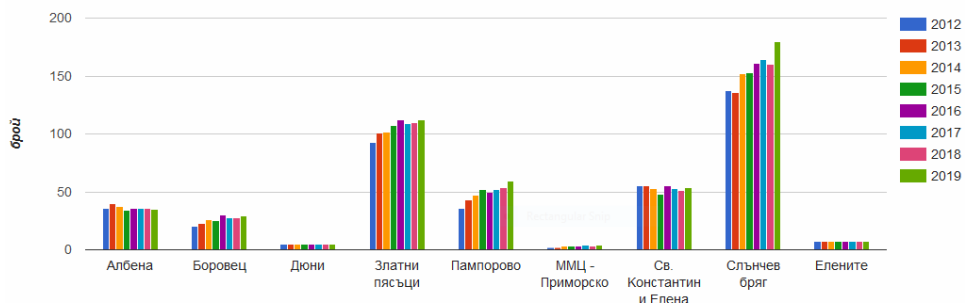
¹² Лили Границка, Застрояването в курортите се ограничава, статия във в. „Дневник“, 31 януари 2005 г.

известен спад в темпа на застрояване и увеличаване броя места за настаняване и легловата база, но възходящата тенденция продължава. Създаването на специализирана устройствена схема на Черноморското крайбрежие, както е предвидено първоначално в ЗУЧК, след като години наред не беше възложено изготвянето ѝ, така и не се реализира. През 2012 г. със законодателни промени тази функция се прехвърли на национална концепция и регионални схеми регламентирани от Закона за регионалното развитие.

През 2014 г. по настояване на туристическия бранш в Република България се създава самостоятелно Министерство на туризма, което практически не допринася за по-добро управление на туризма, регулации и контрол. Предложеният от Министерството на туризма проект за Закон за изменение и допълнение на закона за туризма (2017) не ангажира държавата в солидарно участие в създаване на интегриран туристически продукт и пакетирание на нейната собственост в общия пакет от услуги, включително ангажиране в осигуряването на конкурентоспособни условия за достъп до туристическите обекти нейна собственост и ангажиране със съответната реклама за своята собственост. Липсва отношение на държавата към минералните води и кали, и нейното съучастие в тяхното включване в туристическия продукт. Подобно е и отношението към държавния горски фонд и ресурса на морското и речно крайбрежие, представляващо публична собственост. Продължава плащане на застраховка „отговорност на туроператора“ от лица, при които е невъзможно да се случат визираните в закона застрахователни събития, което води до оскъпяване на туристическия продукт. (Драганов, 2017)

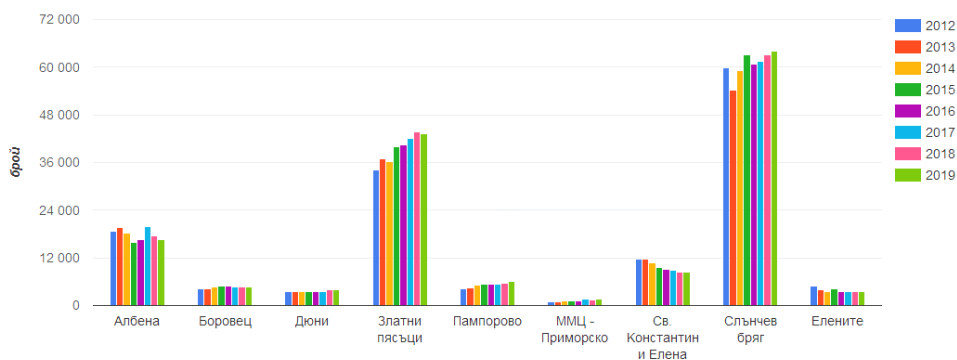
През 2019 г. в „Златни пясъци“ вече има 112 места за настаняване, в КК „Пампорово“ – 59, а в КК „Слънчев бряг“ – 180, като по официална статистика само леглата в Слънчев бряг са се увеличили с 18 525. Курортът Албена успява да запази своя облик. има само няколко новопостроени хотела, които са на мястото на съборени стари. Броят на местата за настаняване, 10 години по-късно е с две по-малко, но леглата в курта са с 2087 повече. Лек спад се наблюдава при по-малките курортни комплекси: Дюни и Елените, както и в най-старият курортен комплекс „Св. Св. Константин и Елена“. Динамиката на настанителната и легловата база в националните курорти през последните 7 години може да се проследи при Фиг. 1 и Фиг. 2.

Фиг. 1. Брой места за настаняване в националните курорти 2012-2019г.



Източник: НСИ, <https://infostat.nsi.bg>

Фиг. 2. Брой легла в местата за настаняване в националните курорти 2012-2019г.



Източник: НСИ, <https://infostat.nsi.bg>

С изменение в Закона за туризма (ЗТ) от 2020 г., обнародвано в бр. 17 на "Държавен вестник", към глава четвърта от ЗТ е допълнена **глава четвърта „а”** „национални курорти”, а в чл. 56а и чл. 56б са регламентирани процедурите и критериите за тяхното обявяване. Указано е, че обявяването на национални курорти се извършва по предложение на министъра на туризма с решение на Министерския съвет, което се обнародва в ДВ. След влизането в сила на решението лицата, които ще извършват дейност в местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения на територията на националните курорти, получават административни услуги по този закон в срокове, съкратени наполовина от предвидените. За тази цел Министерският съвет приема наредба за националните курорти по предложение на министъра на туризма.

търа на туризма и министъра на здравеопазването. С Наредбата се уреждат критериите, на които следва да отговарят курортите, за да бъдат обявени за национални курорти; редът за заявяване на обявяване за национален курорт; организацията и управлението на туристическите дейности на територията на националните курорти; специфичните въпроси, свързани с развитието на националните курорти като туристическа дестинация.

2. Фактори, влияещи върху развитието на националните курорти

В настоящото проучване е разгледана макроикономическата рамка и факторите, които влияят за развитие на туризма в националните курорти. Основен акцент е поставен върху положителните и отрицателните политически, икономически, социо-културни и екологични влияния на туризма, някои тенденции в развитието на сектора и потребителското поведение, които влияят върху планирането на местно ниво.

2.1. Политически фактори

Развитието на туризма в голяма степен зависи от ангажираността на публичния сектор, тъй като този бизнес е твърде интегриран с другите публични услуги: водоснабдяване, електроснабдяване, интернет-достъп и комуникации, благоустрояване на населените места, състояние на транспортната инфраструктура, подстъп и достъп към и до туристически атракции и обекти, чистота, здравеопазване, сигурност. Наличието или липсата на проекти, подкрепящи туристическата инфраструктура върху определена територия, имат съществено значение за достъпността и конкурентоспособността на туризма, затова и политиката на общинските власти и тяхното отношение към проблемите на сектора са сред ключовите фактори за развитието на туристическата дестинация. (Алексова, 2019)

Туризмът през годините се явява един от приоритетните сектори в българската икономика и неговия потенциал се доказва с приноса му към създаване на брутния вътрешен продукт на страната. Устойчивото му развитие налага да бъдат определени ясно ролите и отговорностите, не само на нивото на министерствата, но и на нивото на изпълняващите и регулиращите институции. Развитието на туризма се явява част и от регионалните планове, разработени за шестте региона на планиране, както и с концепцията за туристическото райониране на България и ролята на организациите на управление на туристическите райони.

Устойчивият туризъм в националните курорти се свързва със **стратегическо планиране** – усилия за реализиране на „собствен”, специфичен туристически продукт чрез използване на туристическите ре-

сурси, съобразно капацитета и спецификата на територията. При това този продукт трябва да е съобразен с многообразието и сложността на туристическото поведение, което в много голяма степен е свързано с качеството на предлаганите услуги и стоки. Общинските програми и стратегии се приемат за основни документи на бизнес планирането, гарантиращи основните управленски инструменти за дългосрочно реализиране на комплексния туристически ресурсен и продуктов капацитет в средносрочен и краткосрочен план. От особена важност в организацията на плановата практика на административно, браншово и фирмено ниво, свързана с прогнозиране темповете и насоките на комплексно развитие на туристическия сектор на територията на националните курорти, е да се формулират ясни, координирани общи и конкретни стратегически цели и да се очертае набора от средства и мерки за постигането им. (Алексова и Йорданов, 2014)

Националната туристическа политика и местните политики на общините е важно да включват акценти върху насърчаване на предприемачеството, публично-частните партньорства, преодоляване на трудностите свързани със стагнацията след извънредното положение, с недостига на квалифицирана работна сила в обслужването и управлението на хотелите и заведенията за хранене, както и предприемане на мерки за повишаване на нивото за подготовка на висококвалифицирани кадри предвид нарастващите нужди в сферата на туризма. Секторното образование и професионалната квалификация на работещите следва да отчита пазарните тенденции и новите приоритети на пазарното развитие на всяка специализирана в обслужването на различни целеви групи туристическа фирма в България. Това е най-вече въпрос свързан с проблема за трудното задържане на кадрите и политиката на собственици и съсловни организации, насочена към мотивацията на изпълнителските и ръководни кадри. (Алексова и Йорданов, 2014)

Понастоящем в България има 18 висши учебни заведения, предлагащи образование по професионално направление 3.9. „Туризъм”, които са почти равномерно разпределение в страната (София, Варна, Бургас, Пловдив, Шумен, Стара Загора, Благоевград и др.) и попадат във формираните по Закона за туризма туристическите райони. Има и 4 колежа –два публични, включени в структурите на висши училища и 2 самостоятелни частни колежа. Освен в тези 20 образователни институции, туризъм се изучава и в различни програми от други професионални направления или в общо 42 образователни институции, което благоприятства кадровата обезпеченост в туристическите обекти в националните курорти. (Драганов, 2017)

В туризма грижата за здравето и нуждата от сигурност е все по-осезаема. Туристите избягват дестинации, които са считани за опасни.

Съвременните тенденции показват, че разходите за гарантиране на сигурността ще се увеличат съществено, а индустрията ще трябва да бъде по-добре подготвена да посрещне по-гъвкаво туристическото търсене в кризисен период. Терористичните актове, регионалните войни, пандемии, глобалното замърсяване и други световни кризи за съжаление са се превърнали в част от ежедневието. В туризма това повишава нуждата от сигурност и туристите избягват дестинации, които са считани за опасни. Разходите за гарантиране на сигурността ще се увеличат съществено, а индустрията ще трябва да бъде по-добре подготвена да посрещне по-гъвкаво туристическото търсене в кризисен период, особено по време на пандемия. При подбора на дестинация ще се включват и съществени фактори като качество на питейната вода и замърсяване на околната среда. До голяма степен България има имидж на сигурна дестинация и този факт следва да се използва при бизнеспланирането и маркетинга на националните курорти.

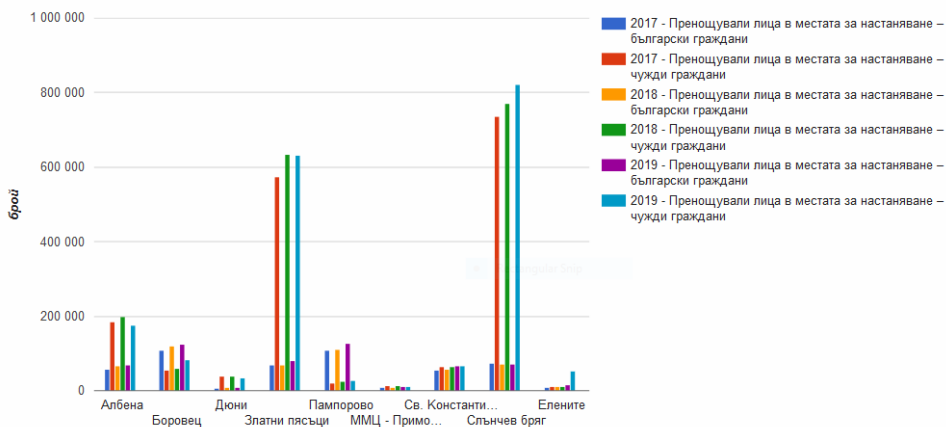
2.2. Икономически фактори

Благосъстоянието и стандартът на живот на населението оказват значително въздействие върху потреблението на туристически услуги. Повишаването на доходите в България през последните години, както и в съседна Румъния, е благоприятна възможност за разширяване на туристическото предлагане, най-вече в националните курорти по северното черноморие. Стандартът на живот в западните общества също се покачва съществено. Това влияние ще се отрази върху личните нужди и представи на туристите. Наблюдава се тенденция да се увеличи интересът към по-малки места за настаняване, както и към закупуване на вили в близост до регионални летища. Тенденцията “назад към природата” ще доведе до по-прости средства за настаняване – от хотели към бунгала, от каравани към палатки. Доставчиците на услуги, които успеят да създадат изцяло нови продукти, ще пробият на пазара, а продуктът на хоби туризма ще се развива с ускорени темпове. Намаляващите цени на транспорта като цяло ще повлияят съществено върху туристическия поток. Дестинациите ще се облагодетелстват все повече от лесен и евтин достъп, особено ако рекламират събития организирани извън активния сезон. Повишената достъпност ще стимулира търсенето на кратки почивки в чужбина и миграция от големите градове към по-малки и спокойни курортни комплекси и селски райони.

Описаните тенденции се потвърждават в частност и за националните курорти, където положителното икономическо влияние и увеличаването на нощувките от български и чуждестранни туристи е относително стабилно и постоянно. (*Виж. Фиг. 3*)

Графиката показва съотношението между български и чуждестранни туристи и дава ясна представа, че при драстично намаляване на входящият рекреационен туризъм, националните курорти няма да могат да постигнат икономическа рентабилност и над 30% заетост, дори по време на активния сезон.

Фигура 3. Брой нощувки в националните курорти от български и чуждестранни туристи 2017-2019г.



Източник: НСИ, Инфостат

Икономическото значение на международния туризъм е още по-силно изразено по отношение на съотношението на приходите в националните курорти от български и чуждестранни туристи. Големите курорти Слънчев бряг и Златни пясъци, следвани от Албена, разчитат почти изцяло на чуждестранни туристи, докато при зимните курорти разликата не е толкова драстична. Единствено в курортите Боровец и Пампорово, макар и с лек превес, съотношението е в полза на вътрешния туризъм, като тенденцията през последните 5 години е постоянна. (Виж Таблица 4)

Настъпилата криза около COVID-19 доведе до въвеждане на допълнителни условия и изменения в договори на застрахователни компании с туроператори и места за настаняване.

Таблица 4. Обобщени данни на приходите от нощувки в националните курорти в периода 2015-2019г.

	2015	2016	2017	2018	2019
	Приходи от нощувки в места за настаняване - общо	Приходи от нощувки в места за настаняване - общо	Приходи от нощувки в места за настаняване - общо	Приходи от нощувки в места за настаняване - общо	Приходи от нощувки в места за настаняване - общо
	левове	левове	левове	левове	левове
Албена	66751718	74547742	80186484	92846058	88132187
Боровец	13799172	17643173	22004276	25167451	26934536
Дюни	14439810	18295106	23688936	23935927	26162091
Златни пясъци	160366414	200399743	221275240	234720929	230463752
Пампорово	13304518	12298880	15353786	18625922	22566464
ММЦ - Приморско	2927429	2376172	3665218	3083548	2616767
Св. Константин и Елена	26498298	31203533	31091370	31505502	32683376
Слънчев бряг	217917004	266001450	280201743	299447871	313364278
Елените	5462998	6125839	6371739	7171190	20750293

Източник: НСИ, Инфостат

2.3. Социо-културни фактори

Социалните и културни изменения, наред с демографската криза, които динамично променят средата в България, обуславят и нова мотивация за пътуващите. Днес туристите планират своите пътешествия, като целта им е да опознаят колкото се може повече места за кратко време с възможно най-кратък престой, с акцент върху преживяването. Този стил на туристическо потребление обуславя кратки, индивидуализирани и динамични пътувания. Потребителите лесно променят предпочитанията и изискванията си, търсят все по-профилирани продукти и подробна и достоверна информация за тях чрез самостоятелни проучвания в Интернет. Преди окончателното решение за покупка сравняват характеристиките и цените от няколко туристически оферти и все повече търсят възможности за социални и културни взаимодействия с представители на общността-домакин, с което нараства ролята на събитийния туризъм. (Алексова, 2019)

Туристите стават все по-взискателни и самоуверени по отношение на своите нужди и права. Ще намалява лоялността към определени дестинации, а онези, които не отговарят на стандартите, ще загубят клиенти за дълъг период от време. Региони, които предлагат разнообразен продукт ще бъдат предпочитани. Опитът и критичното отношение ще стимулират туристите да посещават отново дестинации, от които са били доволни в миналото, а продуктът ще е разнообразен – ще бъдат избирани както евтини, така и скъпи ваканции. По-опитните туристи ще оценяват по-критично автентичността на посещаваните места като част от нуждата си от емоционално преживяване.

С времето здравето стана от съществено значение и туристите са все по-загрижени за него. Това със сигурност ще повлияе при вземането на решение за почивка. Дестинациите, които не са считани за екологично чисти постепенно ще бъдат избягвани от туристите. Търсенето на морски рекреационен туризъм ще намалее, докато ще се увеличи търсенето на активни ваканции. А това ще формира нуждата от изграждане на подходящи съоръжения за активни спортове. Търсенето на продукти за поддържане на красотата и доброто здраве ще се увеличи (в това число минерални басейни и фитнес центрове).

Съществува тенденция броят на хората в третата възраст прогресивно да се увеличава. Те ще бъдат по-здрави и ще разполагат с повече доходи, отколкото в миналото. Много от тях ще се пенсионират по-рано, ще имат по-високи доходи и повече свободно време, което да посветят на туризъм. Тази тенденция може леко да бъде забавена заради увеличаването на възрастта за пенсиониране. В този смисъл броят на опитните туристи ще нарасне с много по-бързи темпове от туристическото развитие, което ще доведе до повишаване на изискванията към качеството, комфорта и сигурността на средствата за настаняване и транспорт, ще нарасне изискването за по-разнообразни и качествени допълнителни туристически услуги, отговарящи на съвременното предлагане. По-търсени ще бъдат индивидуалните програми, които се провеждат извън натоварения сезон и включват релаксиращи възможности за забавление.

Изследване на Дограмаджиева и Терзийска (2020) за влиянието на COVID-19 върху нагласите за пътуване на българите, показва повишено значение на официалните забрани и препоръки при по-възрастните респонденти, докато тежест на общата несигурност за бъдещето и финансовите затруднения отговорите в анкетното проучване на по-младите участници. Страхът от заразяване / разболяване е по-изразен при анкетираните до 45 години и отслабва с увеличение на възрастта. От тук може да се направи извод, че потребителските нагласи при пътувания на представители на третата възраст няма да се променят съществено и по отношение на вътрешния туризъм на България. По-младите потребители на туристически услуги биха били по-притеснени, респективно по-взискателни по отношение на онези елементи от предлагането, които имат отношение към гарантиране на безопасността – факт, който следва да се има предвид при оформяне на туристическите оферти за българите от страна на бизнеса. Част от туристите ще се ориентират към по-малък брой, по-кратки и насочени към по-близки дестинации пътувания с по-ограничен бюджет и повишено внимание към хигиената и безопасността, но значителна част от хората не възнамеряват да променят обичайното си поведение при пътуване. (Дограмаджиева и Терзийска, 2020)

Намаляването на броя на членовете в семейството ще доведе до по-високи доходи на човек, а от там – и до по-големи възможности за почивка. Това неминуемо ще доведе до търсене на по-люксови програми. Ще се развият много успешно т.нар. *сити брейк* и други почивки в чужбина през ненатоварените периоди. Силен интерес ще предизвикат и възможностите за морски рекреационен туризъм през зимата.

Като възможност в някои общински и областни програми и стратегии в социален аспект е посочено създаване на предпоставки за задържане на населението в малките градски и селски общини чрез разработване и реализиране на програми и проекти, включително с новите инструменти през настоящия програмен период, а също така да се създадат съвременно възможности за създаване на работни места във високотехнологични направления, включително партньорство с бизнеса за осигуряване на адекватна квалификация и внедряване на съвременни високотехнологични производства.

Основните дефинирани проблеми са: *качеството на туристическото обслужване* в обектите на собствениците - чужди на бранша и професионализма, неспазващи стандартите, нормите и етиката в бизнеса, с което уронват имиджа на цялата дестинация; хроничен недостиг на квалифицирани туристически кадри поради ниско заплащане, кратък сезонен период на трудова заетост и неблагоприятни в отделни обекти условия на труд.

2.4. Екологични фактори

Всестранната човешката дейност и намесата в развитието на екосистемите интегрира компонентите на природната и социалната среда в единна околна среда. В контекста на туристическото развитие това означава, че природните дадености много често се обвързват с антропогенната среда в единен продукт. Търсенето на активни ваканции в курорти с чиста природна среда е свързано с грижа за здравето и ще формира нуждата от маршрутно-познавателни пътувания в райони със съхранена природа, екотуристически дестинации, свързани с наблюдение на растителни и животински видове в естествената им среда, възможности за отдих и рекреация в крайградските зони, изграждане на подходящи съоръжения за активни спортове и делови туризъм. (Алексова, 2019)

Негативният ефект от **презастрояването** има различни измерения: *променена атмосфера* – от ваканционна в курортен комплекс, в динамична градска такава; *влошена естетика* – от природохармонична, в стресово натоварваща; *претоварване на туристическите ресурси* – плажният и горският ресурс не са неизчерпаеми, а неблагоприятната експлоатация на пясъчните дюни и горите може да доведе до тяхното изчезване; *претоварване на туристическата и инженерна инфраструктура*

труктури и дисбаланс между тях и средствата за настаняване, като най-остро осезаеми са аварияте в средата на летния сезон в канализацията за отпадни води; нарушени и затруднени общокомплексни връзки, функции и организация, и др. Недопустим дискомфорт и затруднения създават аварияте на електроснабдяването и режимите на питейната вода. Електроснабдяването, водоснабдяването и канализацията са проектирани да изпълняват функциите си при натоварване, многократно надвишено от презастрояването. (Стойнов, 2014)

Вътрешно комплексната пътна мрежа е претоварена от туристи. Допълнително затруднение внасят и уличните търговски обекти, намаляващи пропускателната им способност, а неконтролираното проектиране и осъществяване на новите туристически обекти за строеж и реконструкция излиза много често от законовите рамки на прилежащите терени и обсебва части от природните ресурси и общи части на комплекса. По този начин се губят и унищожават безвъзвратно ресурсни площи и обеми на акваторията, плажните ивици, дюните, парковете, зелените територии и общите комплексни части. Влошават се климатичните елементи в комплексите, в резултат на цялостното покриване на територията им с бетон и асфалт, което не може да се компенсира с други методи. (Стойнов, 2014)

Влияние върху туризма оказват климатичните промени и постоянният натиск върху околната среда, оказван от другите икономически сектори. Проблемите с водоснабдяването, наличието на твърди битови отпадъци извън местата за депониране, влошеното качество на атмосферния въздух, засиления трафик, прахово и шумово замърсяване, оказват силно влияние върху компонентите на околната среда и водят до сериозни екологични проблеми, които или застрашават самия туристически продукт, или достигат по-големи мащаби и засягат имиджа на целия район. (Алексова, 2019)

Замърсяването на природните туристически ресурси и околната среда е екологичен проблем и вторичен ефект от презастрояването, който се причинява по пряк и косвен път. Ползването на природните ресурси и антропогенният натиск от прекомерно много посетители води до замърсяване на средата и промяна на състоянието им. В резултат, на много от претоварените туристически места, екосистемата претърпява трайни и невъзвратими изменения във физичния и химичния си състав, населяващата я флора и фауна. Косвеният начин на замърсяване е чрез системите за отпадни води. Многократното увеличаване на настанителната база и броя на туристите превишава значително способността на станциите да функционират пълноценно и вливащата се в морето непречистена отпадна вода внася голямо количество замърсители. Много често, химичните и биологичните показатели - азот, фосфор и коли бактерии, отразяващи наличието на непречистени отпад-

ни води, покриват здравните норми, но не удовлетворяват препоръчителните нива, осигуряващи добрия комфорт. Редовни са случаите в активните летни месеци на канални аварии, при което алеите на комплексите се пълнят с необработеното им съдържание във всички комплекси по Черноморието. (Стойнов, 2014)

Непреставашите строителни работи и прекомерния трафик в курортните комплекси причиняват шумово и прахово замърсяване. Най-честите проблеми, които се посочват са: прогресивно увеличаване на автомобилния трафик и риск от замърсяване на въздуха на територията на общината, където е разположен курорта; запрашеност на въздуха в селищните територии (най-вече от строителни площадки и запрашеност на улиците); висока степен на пространствена концентрация на туристическите производствени обекти в непосредствена близост до уникални природни и културни ресурси (плажове и архитектурно-археологически паметници).

Сред основните заплахи, свързани със замърсяване на околната среда се нареждат още: замърсяване на земеделски земи с битови и строителни отпадъци от интензивното строителство в западните части на КК “Слънчев бряг”, надхвърляне на носещия капацитет на плажните ивици и опасност от активизиране на свлачища, както и проблемно стопанисване на морските плажове от страна на държавата чрез отдаването им на частни фирми на концесия. Сериозни заплахи представляват и презастрояването на част от крайбрежието, причиняващо негативен ефект върху околната среда, опасност от замърсяване на крайбрежните води за къпане от преминаващи големи товарни плавателни съдове, опасност от природни катаклизми (свлачищни и ерозионни процеси, бурни вълнения др.) върху цялостната туристическа дейност в крайбрежните зони.

2.5. Технологични фактори

Последните десетилетия са период на дигитализация и интензивно внедряване на електронните технологии в обществените процеси, в т.ч. и в икономиката. Развитието на технологичните фактори на дигитална основа променят обема и структурата на туристическото търсене и потребление – променят начините на използване на свободното време и начините за избор и осъществяване на туристически пътувания. Дигиталните информационни технологии разкриват непрекъснато нови възможности за иновирание на туристическата индустрия по отношение на съдържанието и структурата на нейното предлагане – роботизиране на елементи от туристическото обслужване, електронни канали за комуникация и дистрибуция на туристическите продукти и др. Изискванията за повишаване на хигиената и сигурността на туристите в условия на Covid-19 налага допълнително внедряване на нови технологии

и роботизация, както при хотелския бизнес (чекиране на рецепция чрез автомат, внедряване на автоматизирани информационни системи в различните звена на хотелиерското обслужване и др.), ресторантьорство, туроператорската и агентската дейност, както и при доставчици на услуги, съпътстващи туристическите пътувания – превозвачи, дигитализация при обслужването от страна на свързаните организации и институции и пр. От друга страна, образователното равнище на пътуващите се повиши, а това се отразява пряко върху създаването на туристическия продукт. Изкуствата, историята и културата стават водещ мотив за пътуване и присъстват все по-трайно в туристическите продукти. Те отговарят по-пълно на духовните търсения на съвременния човек и задоволяват нуждата и желанието му да учи. Този факт води до повишено търсене на специализирани продукти и включване на културно-познавателни елементи в туристическите пътувания. Бурното развитие на информационно-комуникационните технологии води до формиране на нов тип потребители – т.нар. „онлайн туристи”. Те са нетърпеливи, любознателни, комуникативни, с ярко изразена индивидуалност, активни потребители на информацията в интернет. Това е много добър шанс за развитие на туризма в националните курорти. Навлизането на Интернет и използването му за достъп до информация и представяне на туристически продукти ще продължи да се увеличава. Туристите все повече ще организират сами своите почивки и ще резервират директно настаняването си и други услуги. Ролята на туристическите агенции ще намалее, доколкото цели туристически пакети ще могат да бъдат закупувани от клиентите директно. Пазаруването по Интернет ще стимулира по-късните резервации. Увеличените възможности за поднасяне на информация за различните дестинации ще помогне на туристите да сравняват и ще доведе до по-голяма конкуренция в бранша. Достъпът до задълбочена информация за продуктите или дестинациите ще добие по-голямо значение отколкото дизайнът на интернет страницата. Маркетингът на дестинацията ще увеличи важността си и ще стимулира посещенията на Интернет страниците и развитието на е-маркетинга. (Алексова, 2019)

Технологичните фактори оказват значително въздействие върху развитието на туристическата индустрия и особено на системата за дистрибуция на туристическите продукти и услуги, която допреди няколко години се базираше на мрежата от туристически агенции в по-големите градове. Сега особено силно влияние оказват технологичните иновации, като проучването и резервирането на туристически услуги чрез интернет и мобилни устройства може да се извърши от всяко селище на страната. Така новите информационно-комуникационни технологии позволяват на малкия бизнес в бранша и слаборазвитите туристически райони да се промотират и излязат на пазарите със сравнително малки разходи, наравно с утвърдени туристически дестинации, а хотели, кои-

то внедряват иновации са доказано по-конкурентноспособни в изключително динамично променящата се среда.

3. SWOT анализ на развитието на националните курорти в България

Целта на SWOT анализа е да отчете важноста на отделните фактори и какво е влиянието на всеки от тях върху развитието на туризма в националните курорти. Анализът на силните и слабите страни, възможностите и заплахите е в съответствие със стандартната методология, според която силните и слабите страни са резултат от влиянието на вътрешни фактори, а възможностите и заплахите на външни фактори. Методологията на SWOT анализа позволява първоначално да се установят кои са силните и слабите страни, възможностите и заплахите свързани с туризма в националните курорти, а впоследствие да се установи към какви приоритети и мерки да се насочи устойчивото му развитие. (Виж. Таблица 5.)

Таблица 5. SWOT анализ на развитието на националните курорти в България

СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
Туристически ресурси	
<ul style="list-style-type: none"> • Преобладаващи обширни плажни ивици с фин пясък и дюни при морските курорти; • Благоприятни характеристики на морските води – слаба соленост, липсата на опасна за живота на човека флора и фауна, полегатото дъно на плажовете; • Уникално съчетание на планински и морски въздух, характерен микроклимат и бризова циркулация, като условие за развитие на здравен туризъм в морските курорти; • Преобладаващи горски масиви в планинските курорти и благоприятни рекреационни ландшафти за отдих и туризъм през четирите сезона; • Благоприятни климатични характеристики на морските и планинските комплекси, подходящи за климатопротекция и климатолечение, които способстват за удължаване на активния сезон; • Съчетание на разнообразни рекреационни ресурси в част от курортите, позволяващи практикуване на различни 	<ul style="list-style-type: none"> • Унищожаване на дюни, горски терени, зелени площи в курортите и др. в следствие на презастрояването; • Активиране на свлачищни и ерозионни процеси в резултат на некачествени екологични оценки и незаконно строителство; • Надхвърляне на носещия капацитет на плажните ивици и съоръженията за зимни спортове; • Не добро оползотворяване на минералните води за целите на здравния туризъм; • Проблеми с водоснабдяването, пречистването на отходните води, електроснабдяването и сметосъбирането поради прекомерния антропогенен натиск и претоварването на материалната база; • Прахово и шумово замърсяване; • Безконтролно изграждане и монтиране на преместваеми обекти, включително върху природни ресурси; • Нарушаване на микроклиматичните характеристики в районите на нацио-

<p>форми на здравен и балнеотуризм и широка гама процедури: таласотерапия, псамотерапия, хелиотерапи, анемотерапия, аглотерапия и др.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Богато биоразнообразие, наличие на защитени територии край морските и планинските туристически комплекси, предоставящи възможност за съчетание на рекреация и екотуризъм; • Богато културно-историческо наследство от различни епохи и цивилизации; • Богато нематериално наследство, възможности за посещение на разнообразни фестивални събития, културни и спортни прояви. 	<p>налните курорти поради изсичане на голяма част от горския пояс, намаляване на рекреационните зелени площи, свръхстроителство и бетониране;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Неэффективна концесионна система на отдаване за стопанисване и експлоатация на природните ресурси, като плажове, ски писти, водоеми и др. • Замърсяване на морската вода поради амортизирана водопреносна мрежа и надхвърлен капацитет на пречиствателните станции.
Материална база (суперструктура и инфраструктура)	
<ul style="list-style-type: none"> • Добра транспортна достъпност на морските курорти за туристи от цял свят и страната по суша, въздух и вода; • Добра транспортна достъпност до планинските курорти с автомобилен транспорт; • Достатъчно количество и добро качество на ски писти и съоръжения за практикуване на зимни спортове в планинските курорти; • Наличие на модерна хотелска база, предлагаща широка гама спортни и развлекателни съоръжения; • Наличие на разнообразни заведения и търговски обекти; • Голямо разнообразие на видове и категории места за настаняване; • Висок относителен дял на висококатегорийните 3 и 4* места за настаняване; • Висок дял на хотелите, в т. число на 4 и 5* хотели] • Висок относителен дял на ресторантите и нощните заведения; • Увеличение на високатегорийните ЗХР; • Подобряване на базата за МІСЕ туризъм; • Разнообразни атракционни – аквапаркове, открити и закрити спортни бази, конни бази, голф игрища, условия за практикуване на приключенски и екстремн туризъм и др. 	<ul style="list-style-type: none"> • Компрометирана частна ПСОВ към КК „Елените“ и КК „Златни пясъци“; • Изградена канализация само в крайбрежната зона на част от курортите; • Необходимост от изграждане на канализация в к.к. „Слънчев бряг“ за отвеждане на дъждовните води; • Необходимост от рехабилитация на републиканската и общинската пътна мрежа, свързваща курортните комплекси и основните пътни връзки; • Амортизирана и недостатъчна пътна инфраструктура (пътища, алеи, паркинги и др.); • Необходимост от реновиране на част от настанителната база в по-старите курорти; • Претоварване на туристическата и инженерна инфраструктура и дисбаланс между тях и средствата за настаняване; • Недостатъчно здравни пунктове; • Липса на съвременни къмпинги; • Малко на брой места за настаняване, които функционират извън сезона; • Нарастващ дисбаланс между туристическа инфра- и суперструктура, нарушени вътрешнокомплексни функции и организация; • Липса на целогодишно работещи високатегорийни хотели.
Туристическа политика и индустрия	
<ul style="list-style-type: none"> • Нарастване на броя на предприятията в сектор “Хотели и ресторанти“ и увеличаване на относителния им дял в общия брой предприятия; 	<ul style="list-style-type: none"> • Проблеми с кадровото обезпечаване и качеството на туристическото обслужване; • Хроничен недостиг на квалифицирани туристически кадри поради ниско

<ul style="list-style-type: none"> • Нарастване на приходите от дейността и нетните приходи от продажби на предприятията в сектор “Хотели и ресторанти“; • Ефективни Консултативни съвети по туризма в повечето общини; • Конституирана и ефективно работеща Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕККТО); • Организиран и подържан Общински регистър на категоризираните по ЗТ туристически обекти; • Своевременно разработвани и приемани програми и стратегии за развитие на туризма в повечето общини; • Наличие на туристически НПО на територията на общинните. 	<p>заплащане, кратък сезонен период, лош мениджмънт и неблагоприятни условия на труд;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Липса на добра координация между заинтересованите страни, свързани с управлението на туристическите дейности в курортните комплекси; • Наситено търсене на стандартен масов морски ваканционен туризъм; • Стагнация на броя на пренощуващите лица и на броя на реализираните нощувки от българи; • Съкращаване на средния престой на чуждестранните туристи; • Силно изразена сезонност на туристическото търсене; • Колебания в туристическото търсене от традиционните немски и руски пазари; • Неизползван капацитет за маркетингова дейност на ТИЦ. • Разнопосочност на интересите и визитите на НПО относно регулирането на туризма в курортните комплекси.
--	---

Туристическо търсене и предлагане

<ul style="list-style-type: none"> • Стабилно търсене на културно-познавателен туризъм и нарастващо посещение на обектите от музейната мрежа; • Нарастване на броя на пренощуващите туристи и на броя на реализираните нощувки от чужденци през последните 5 години; • Запазване на средния престой на българските туристи; • Нарастване на приходите от една нощувка на чуждестранен турист и от един чуждестранен турист за целия му престой; • Стабилно нарастващо туристическо търсене на британци, поляци и румънци; • Силно развит морски ваканционен и зимен ски туризъм във високия сезон; • Развитие на сватбен туризъм; • Развитие на приключенски и екстремни туризъм; • Развитие на културен, фестивален и делови туризъм; • Благоприятно съотношение качествена на предлаганите туристически продукти; 	<ul style="list-style-type: none"> • Слабо развит спортен туризъм; • Доминиращ ниско бюджетен летен морски рекреативен и зимен ски туризъм; • Конкуренция предимно на ценова, а не продуктова основа; • Наситено търсене на стандартен масов морски ваканционен и зимен ски туризъм; • Слабо търсене на яхтен и круизен туризъм; • Стагнация на броя на пренощуващите лица и на броя на реализираните нощувки от българи; • Намаляване прихода от нощувка от един български турист; • Съкращаване на средния престой на чуждестранните туристи; • Силно изразена сезонност на туристическото търсене към повечето туристически комплекси; • Създаване на трайна негативна представа за евтина дестинация с нискокачествен туристически продукт; • Колебания в туристическото търсене на германци и руснаци към дестинациите; • Силна зависимост на дистрибуцията
---	--

<ul style="list-style-type: none"> • Широка мрежа от канали за дистрибуция на туристическите продукти; • Наличие на разнообразни печатни и дигитални рекламни материали; • Активно участие на общините на подбрани туристически изложения, включително в основни за дестинацията пазари (Германия, Великобритания, Полша, Чехия и др.); • Създаване на бранд България и културен бранд и разпознаваема идентичност на националните курорти като част от туристическите райони, към които принадлежат. 	<p>на летния морски туризъм от големите транснационални туроператори;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Липса статистика и база данни за посещенията и интересите на посетителите в общините; • Липса на качествени имиджови дестинации; • Липса на рекламни материали за специализираните туристически продукти, съпътстващи традиционното предлагане на масов туризъм; • Необходимост от редизайн на официалните сайтове и изграждане на съвременни брандове.
ВЪЗМОЖНОСТИ	ЗАПЛАХИ
Политически и правни	
<ul style="list-style-type: none"> • Облекчаване на граничните, митническите, визовите и другите бариери, стоящи пред движението на туристи от ключови пазари; • Развитие на евроинтеграцията, създаване на условия за по-ефективно усвояване на средствата за регионално развитие на туризма по отделни програми; • Приемане и прилагане на европейски и международни нормативи и стандарти, във връзка с преориентацията на страната в международните отношения; • Разработването на работещи стратегии, прогнози, планове и проекти за устойчиво туристическо развитие; • Развитие на трансграничното сътрудничество в туризма; • България се утвърждава като стабилизиращ фактор на геополитическите отношения на Балканите; • Активна политика на Министерството на туризма за позициониране на България на китайския туристически пазар; • Насърчаване развитието на вътрешния туризъм като част от националната туристическа политика; • Приоритетност на културно-познавателния, здравния и деловия туризъм в туристическата политика на България; • Догонване степента на социално-икономическо развитие между отделни региони, страни и социални общности. • Усъвършенстване на нормативната база на туризма; 	<ul style="list-style-type: none"> • Изостряне на политическото противопоставяне между ЕС и САЩ, от една страна, и Русия – от друга страна; • Липса на контрол върху регулирането на туристическите дейности и изпълняване на законовите нормативи при ново строителство и спазване на санитарно-охранителни норми; • Невъзможност за гарантиране на вътрешна политическа стабилност и сигурност; • Липса на организация и контрол на реда и сигурността на туристите в курортните комплекси; • Изостряне на военно-политическите конфликти в Близкия Изток и нови бежански вълни към България; • Противоречивост на външната политика на България към Русия като основен емитивен пазар за дестинация България; • Задълбочаване на стратегическото партньорство между Русия и Турция, в. т.ч. и в областта на туризма; • Опасност от терористични актове от страна на ислямския фундаментализъм; • Задълбочаваща се финансова и икономическа нестабилност; • Изостряне на конкуренцията на пазара на труда, което се отразява неблагоприятно върху кадровото осигуряване на туристическите дейности в общината; • Визов режим за туристи от страни, генериращи масово търсене към морските курорти, който отклонява голяма

<ul style="list-style-type: none"> • Институционална и законодателна подкрепа за развитието на публично-частното партньорство в туризма и засилване ролята на НПО в него; • Правни промени за облекчаване на вноса на сезонни кадри за туризма от трети страни; • Стимулиране развитието на малкия и средния бизнес в туризма. 	<p>част от него към други конкурентни дестинации;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Туристическа политика насочвана от тяснопартийни и корпоративни влияния, не отчитаща общонационалните туристически и обществени интереси; • Динамичност в нормативната уредба на туризма.
---	--

Икономически

<ul style="list-style-type: none"> • Стабилност на финансово-икономическата система на страната; • Стимулиране на икономически растеж чрез развитие на туризма като национален приоритет; • Мерки за подобряване на бизнес климата и условията за привличане на чужди и местни инвеститори за усвояване на нови туристически територии и места; • Разрастване на споделената икономика в туризма; • Повишаване на производителността на труда, ефективността на стопанските и социалните дейности; • Разширяване на производството на стоки и услуги, стимулирано от туристическото потребление; • Внедряване на съвременни технологии и иновации в унисон с изискванията на туристическото търсене; • Разширяването на диапазона от допълнителни услуги и комплексността на туристическия продукт; • Оптимизиране на секторната структура в туристическите райони. 	<ul style="list-style-type: none"> • Неблагоприятно влияние на бъдещи икономически рецесии; • Намаляване на мултипликационния ефект на туризма в свързаните с него стопански сектори – търговия, транспорт, финанси, индустрия, строителство в условия на настъпваща икономическа криза; • Намаляване на интереса и доверието от страна на чуждестранни инвеститори в областта на туризма и невъзможност за привличане на външни капитали; • Оттегляне на ключови играчи от българския пазар и свиване на туристическото предлагане, което ще доведе до вълна от фалити; • Недостиг на икономически потенциал и стопанска активност; • Разрастване на сивия сектор; • Липса на надеждни статистически данни; • Липса на контрол върху качеството на туристическото предлагане; • Нова вълна на интензивно строителство и екстензивно разширяване на туристическите комплекси, което ще доведе до отлив на туристи.
--	---

Социално-културни и демографски

<ul style="list-style-type: none"> • Увеличаване на сегмента на хората в третата възраст с доходи за туризъм; • Повишаване на образователното равнище на населението в Европа и засилен интерес към културно-познавателни пътувания; • Засилване на грижата за здравето и на интереса към здравния и рекреационен туризъм; • Нарастване на дела на самостоятелно организирани ваканционни пътувания чрез използване на електронните канали за дистрибуция; • Развитие на социален туризъм и подобряване на извънсезонната заетост 	<ul style="list-style-type: none"> • Миграция на квалифицираните туристически кадри към конкурентни страни и дестинации; • Недостиг на кадрови потенциал за туризма с относително високо образователно равнище и добра професионална квалификация; • Намаляване на доходите на участниците в туристическия процес и данъчните постъпления от него; • Намаляване на работните места и локалната заетост, пряко в туризма, и косвено в съпътстващите дейности; • Слаба координация и интеграция между операторите на различните ви-
--	--

<p>на легловата база;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Реализиране на социални програми и приобщаване към потребление на туристически продукти, насочени към третата възраст, деца и младежи, хора с ограничения или в социално неравенство; • Положителен естествен и механичен прираст на населението в общини с развита туристическа индустрия. 	<p>дове туристически услуги, дейности и атракции в курортния комплекс, района и страната като цяло;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Невъзможност за създаване на комплексно положително психологично въздействие върху туриста и формиране на чувство за удовлетвореност.
Екологични	
<ul style="list-style-type: none"> • Сравнително добри качества на питейната вода; • Отлично и добро качество на водите за къпане в страната и по крайбрежието на общината; • Отлични климатични условия в морските и планинските курорти; • Въвеждане на принципите на кръговата икономика в туристическата индустрия; • Внедряване на добри европейски практики за енергийна ефективност и опазване на околната среда; • Въвеждане на утвърдени критерии и иновации в хотелиерството и ресторантьорството, гарантиращи спазване на екологични норми и изисквания в туристическата индустрия; • Териториално-функционално зонирание, позволяващо опазване на природните ресурси в комплексите и околностите им; • Постигането на високи европейски стандарти по санитарна хигиена, екология, здравеопазване, контрол на качеството; • Адекватна национална и общинска нормативна уредба за опазване на околната среда. 	<ul style="list-style-type: none"> • Негативни екологични въздействия върху биоразнообразието, елементите на климата, водите и защитените територии; • Прогресивно увеличаване на автомобилния трафик и риск от прахово и шумово замърсяване; • Запрашеност на въздуха в селищните територии (от строителни площадки и запрашеност на улиците); • Висока степен на пространствена концентрация на туристическите производствени обекти в непосредствена близост до уникални природни и културни ресурси (плажове, горски пояс и културно-исторически паметници); • Презастрояване на част от крайбрежието и високопланинските територии; • Опасност от замърсяване на крайбрежните води от преминаващи товарни плавателни съдове и отходни води; • Липса на екологичен и санитарен мониторинг и контрол; • Опасност от природни катаклизми върху цялостната туристическа дейност в крайбрежните зони.
Технологични	
<ul style="list-style-type: none"> • Обновяване и развитие на транспортната мрежа в страната и на територията на морските курорти чрез ускорено изграждане на магистрала Черно море; • Подобряване и развитие на общата транспортна инфраструктура в неусвоените за туризъм места; • Дигитализация на създаването, дистрибуцията и комуникацията на туристическия продукт; • Внедряване на автоматизирани информационни системи, иновации и роботизация. 	<ul style="list-style-type: none"> • Нарастване на разходите на за хардуер, софтуер и професионални кадри за работа в дигитална и онлайн среда; • Опасност от нарушаване на правата на потребителите с подвеждаща информация и неизпълнение на договореното онлайн количество и качество на предлагания туристически продукт; • Риск от хакерски атаки и нарушаване на сигурността на обмена на конфиденциална информация.

Изведените силни и слаби страни, възможности и заплахи са групирани в няколко направления, свързани с ресурсната обезпеченост на курортните комплекси, материалната база и състоянието на инфраструктурата, с която разполагат националните курорти, управление и кадрова обезпеченост, туристическото търсене и предлагане, външни фактори, които влияят върху устойчивото им развитие и анализирани в доклада. Част от изводите са направени въз основа на анализ на програмните и стратегически документи в областта на туризма в общините, където са разположени националните курорти.

4. механизми за устойчиво развитие на туризма в националните курорти

Разположението на морските курорти в непосредствена близост до урбанизирани територии, с които се сливат (изключение прави КК „Албена“), налага преразглеждане на предназначението им, начините на планиране и организация на управление. като примери могат да се посочат КК „Златни пясъци“ и КК „Св. Св. Константин и Елена“, които почти са се слели в огромна градска агломерация с гр. Варна; КК „Елените“, което се слива със село Св. Влас, продължава в посока КК „Слънчев бряг“ и достига до с. Ахелой. Тези примери се виждат ясно на сателитни снимки на черноморското крайбрежие.

В образувалите се големи урбанизирани територии твърде често са налице сериозни противоречия между потребностите на курортната дейност от територии и развитието на традиционните икономически отрасли. Основно изискване при тях е опазването на наличните природни ресурси и осигуряване на необходимото екологично състояние за провеждане на курортна дейност. При проектирането, изграждането и функционирането на курортите и осъществяването на курортно строителство, е общоприето схващането, че устройството на курортните територии включва целесъобразно използване, опазване на поземлените имоти на различните собственици (държава, община, частни собственици др.) и строителството в тях в съответствие с основното им предназначение – развитие на курортни функции (оздравителни, лечебни, профилактични, познавателни, спортни и пр.) на базата на използване на природните ресурси. При проектирането на курортите е необходимо да се разполага с пълна информация за наличните курортни ресурси и програма за тяхното развитие и използване, на база на която, да се определя начинът на устройство и застрояване на конкретната курортна територия. Това важи и при определянето на местоположението на новите курорти. Важно е да се прецени предварително необходимостта от разкриването на нов курорт или разширяването на съществуващ такъв, включително социалната и икономическа целесъобразност и ефективност като се вземат под внимание: потребнос-

тите от курортно лечение и отдих, перспективите за развитие на международния туризъм и курортните потребности в това отношение, брой и капацитет на съществуващите курорти и доколко те задоволяват (количествено и качествено) посочените потребности. При курорти, които са съставна част от обособени курортни райони е необходимо да се използват анализите и оценките в разработените устройствени схеми на курортните райони. Това изискване се налага, тъй като там се посочват използването, структурирането и застрояването на съответните курортни територии, което би трябвало да съответства на дългосрочните и обществено признати цели на развитие на курортната дейност при най-ефективно оползотворяване на курортния потенциал и опазване на околната среда. (Грънчарова, 1994)

Разширяването и модернизирването на функциониращите национални курорти е свързано с усъвършенстване на устройството и застрояването на тяхната територия, реконструкция на съществуващата материална база, подобряване на санитарно-хигиенното състояние, възстановяване на природната среда и пр. Реконструкцията им трябва да доведе до по-ефективно използване на природните ресурси, като отрази нарастващите изисквания на съвременния турист към рекреационната среда. Необходимо е да се съблюдава (където е възможно) исторически наложилата се структура на курортните територии и характерът на застрояването им. В устройствения план на курортната територия трябва да се заложи разрешаването на следните основни проблеми: подобряване на структурата на територията, регулиране на перспективното ѝ развитие, рационално използване на наличните туристически ресурси; усъвършенстване на инженерната инфраструктура и обслужването; екологични и ландшафтни мерки за оформяне на територията; комплексна оценка на ресурсната обезпеченост, използване и опазване на туристическите ресурси; оценка на съществуващото застрояване, устройството на територията и приетата структура на курорта; анализ на материалната база и инженерното съоръжаване на територията на курорта; социална и икономическа оценка и др. От първостепенна важност е строителството на нови места за настаняване, заведения и атракции да може да се осъществява чрез допустимо уплътняване на усвоената територия, изграждане на нова база на мястото на неотговарящи на изискванията обекти, както и изграждане на обекти в периферните части на курорта, но в границите на района на влиянието му. Друг важен аспект при планирането и развитието на курортите е устройствените им схеми да включват функционално зонирание, което ще позволи правилното им използване в различните структури, в зависимост от възможностите на съществуващата територия, нейното традиционно развитие, степента ѝ на застрояване, специфичния ѝ характер и пр. Функционалните зони (същинска, жилищна, стопанска и зона на зелените насаждения) могат

да бъдат ясно изразени и обособени самостоятелно в курортните територии или някои от тях могат да бъдат решавани комплексно. (Грънчарова, 1994)

Реконструкцията на транспортната мрежа в съществуващите курорти трябва да се извършва преди всичко с оглед съблюдаване на санитарно-хигиенните изисквания: изнасяне на съществуващите магистралаи и транзитни пътища извън пределите на курорта; въвеждане на режим за използване на съществуващата пътно-транспортна мрежа; организиране при възможност на вътрешнокурортен специален транспорт; създаване на система от пешеходни транспортни връзки, съединяващи всички зони на курорта, обособяване на пешеходни зони и др. По този начин могат да се отстранят съществуващи пътни конфликти, да се намалят шумовото и праховото замърсяване, както и да се облекчи трафика и да се разделят безопасно транспортните и пешеходните маршрути. Системата от пешеходни връзки в курортите трябва да бъде изолирана от транспортните пътища, но с удобни връзки за тях и възможност за ползване на обществен транспорт. Вертикални транспортни комуникации в планинските курорти са различните видове лифтови пътища (кабинкови, седалкови, влекове), за чието прокарване, съоръжаване и използване има редица изисквания, които е необходимо да се спазват. (Грънчарова, 1994)

Възможностите за устойчиво развитие на туризма в националните курорти могат да включат прилагане на разработената от Алексова (2020) методика за устойчиво развитие на туристическа дестинация. Защитаваната изследователска теза е, че постигането на устойчиво развитие на туристическа дестинация на местно ниво е възможно само при системно използване и прилагане на критериите и показателите за анализ и оценка на туристическия потенциал, ясно дефиниране и следване на стратегическите цели и приоритети за устойчивото развитие на туристическа дестинация.

Проучването на туристическия потенциал, условията и възможностите за устойчиво развитие на дадена туристическа дестинация изисква използване на широка палитра *количествени методи*, включващи интервюта и анкетни проучвания и *качествени методи*, включващи *социологически методи* като допитване и работа с фокус групи. *Статистическите методи* заемат важно място чрез: получаване на статистически данни от институционални системи и регистри, резултати от проведени наблюдения, информация от предходни многократни проявления на изследваните събития и процеси, наблюдения на изследвани обекти за създаване на първоначални данни за статистиката. *Географските методи* на изследване са свързани с подсистемите на териториалната ситема за отдиха и туризма (ТСОТ) и включват пространствен анализ на ресурсния потенциал, локализиране на изслед-

ваните обекти, както и картиране за създаване на изходни данни за обекти, предмет на изследването. Прилагането на методиката е свързано и с някои ограничения, най-вече по отношение на недостатъчната информационна обезпеченост със статистическа, нормативна, административна и маркетингова информация, което затруднява провеждането на системни и регулярни практически ориентирани проучвания, както и провеждане на мониторинг за развитието на специализираните видове туризъм.

Извеждането на критерии и показатели за анализ и оценка на туристическия потенциал на националните курорти на база на *Европейската система от индикатори за устойчиво развитие на туризма /ETIS/* е от ключово значение за устойчивото развитие на туристическите дестинации и има разнообразни предимства и ползи: ръководство в помощ на местното самоуправление в усилията за мониторинг, управление и повишаване на устойчивостта на дадена туристическа дестинация; полезен инструмент за проследяване на ефективността на дестинацията и вземане на по-добри управленски решения, както и за въздействие върху съответните местни политики.

Анализът и оценката на туристическия потенциал за устойчиво туристическо развитие обхваща проучване на външните и вътрешните фактори на средата, които влияят върху развитието на туризма, както и анализ и оценка на ресурсния потенциал, с който тя разполага (туристически, материални, човешки, финансови ресурси). Външната среда очертава макроикономическата рамка. Тя изисква проучване на положителните и отрицателни политически, икономически, социокултурни и екологични влияния на туризма, както и технологични фактори, свързани със съвременното развитие на туризма, някои тенденции в развитието на сектора и потребителското поведение. Целта е в резултат на проучването да бъдат очертани възможностите и ограниченията за устойчивото развитие на туризма и мястото му в макроикономическата рамка. Проучването на вътрешните фактори, влияещи на устойчивото туристическо развитие на дестинациите, включва изследване на вътрешната среда. Вътрешните фактори обхващат местоположението и добрата транспортна достъпност на дестинацията; икономическата и демографската характеристика, характеристики на образованието на местно ниво и наличието на учебни заведения в населените места на общината, състоянието на здравеопазването на местно ниво, социална структура и състоянието на комунално-битовите нужди. В резултат на направеното проучване следва да бъде изяснено взаимодействието на туризма с останалите икономически отрасли в избраната дестинация, интегрирането и ролята му в цялостната микроикономическа рамка. Ресурсната осигуреност на дестинацията следва да бъде разгледана под формата на отделни подсистеми от

ТСОТ и представена чрез анализ и оценка на туристическите ресурси: природни и антропогенни и условията за развитие на туризма; състояние на наличната материално-техническа база (МТБ); достъпност и атрактивност на туристическите обекти и маршрути. Важно да бъде отчетено като качество на туристическите ресурси, в контекста на устойчивото развитие е, че след използването им от туристите, техните качества се запазват, не се губят или унищожават и тяхното усвояване следва да отговаря на условията за ползване на ресурсите изобщо: техническа осъществимост, икономическа необходимост, социална потребност и достатъчна проученост. Добавена стойност ще придаде графично визуализиране на местоположението и транспортната достъпност на дестинацията, природните и антропогенните ѝ ресурси, както и разположението на материално-техническата база чрез използване на ГИС. Човешкият фактор има съществено значение като една от подсистемите на ТСОТ, което налага да бъде направен анализ на *ролята на местната власт и другите заинтересовани страни* за устойчиво туристическо развитие, да бъдат отчетени ограниченията, свързани с административния капацитет на общината и кадровата обезпеченост на дестинацията, както и необходимостта от създаване на партньорства и взаимовръзка между местната власт и останалите заинтересовани страни. (Алексова, 2020)

Въз основа на детайлното проучване на научна литература и планови документи, е разработена **схема на туристическото микрорайониране**, която е разработена пилотно за община Ботевград, а покъсно включена и като стратегически приоритет в местната туристическа политика на общини Костинброд и Своге, и отговаря на основните принципи на туристическото райониране.

Туристическото микрорайониране, разработено в съответствие с Концепцията за туристическо райониране на България, включва разработването на схема за туристическо зонироване на общината, което се мотивира от необходимостта за развитие на устойчив и конкурентоспособен туризъм, провеждане на местна туристическа политика, съобразена с териториалните особености и спецификата на различните части от общината и осъществяване на ефективен маркетинг. Това е начинът туристическите зони на територията на избраната дестинация (включително курортните комплекси) да станат разпознаваеми за потенциалните туристи и да могат да бъдат успешно промотирани, както на вътрешния, така и на международния пазар. Очертаването на границите е на административен принцип, като по този начин микрорайонирането има целеви характер и се улеснява използването му за нуждите на планиране и управление. То е ресурсно ориентирано и цели очертаване на хомогенни райони въз основа на сходства на природните и антропогенните туристически ресурси, като отчита и

културната идентичност. **Туристическият микрорайон** (tourist micro-region) обхваща територия със сходни туристически ресурси и добри транспортни връзки, част от даден туристически район (*Виж. Раздел III от Закона за туризма*). **Туристическата зона** (tourist area) е територия, на която има граница и определени правила. Тя се състои от туристически обекти, които са тясно свързани по отношение на природа, история, култура или по друг начин. В границите на една туристическа зона, където има концентрирани по сходство туристически ресурси и условия за развитие на туризма, могат да се формират отделни **туристически ядра** (tourist cores). **Туристическото място** (tourist location) е конкретен обект с историческо, културно, природно или туристическо значение. **Туристическата точка** (vista point) обхваща гледката. При нея се поставя на охранителен режим именно гледката, а не конкретен обект. (Алексова, 2020)

Устойчивото развитие на туризма е свързано с полагане на целенасочени усилия за развитие и укрепване на качествен туристически продукт, съобразен със съвременните тенденции за развитие на туризма и потребителското търсене за уникално позициониране и развитие на общината като туристическа дестинация. За постигане на уникалност в контекста на устойчивото туристическо развитие авторът предлага *създаването на бранд* (търговска марка) на дестинацията. Целта е създаване на уникална идентичност с имена на продукти, дизайн, знаци, символи или комбинации от тях, въз основа на диференциация в сравнение с други конкурентни продукти. Основната задача е да се изведе обща визия и да се структурира основа за изграждане на устойчив бранд на туристическа дестинация.

Подобряването на общата инфраструктура и достъпността на средата включва развитието на общата инфраструктура и физическата среда, свързана с туризма, с акцент върху ролята на местната власт като инвеститор, инициатор и организатор на процесите, насочени към подобряване и развитие на материалната среда в качествено и количествено отношение, за максимално използване на потенциала на региона, стимулирайки целогодишно, устойчиво развитие на туризма. (Алексова, 2020)

Институционалното развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни дефинира взаимодействието и съвместната им отговорност и подчертава тяхната важност за реализацията на устойчиво туристическо развитие и оформя институционалната и партньорска рамка, в която следва да се реализират местните туристически политики за устойчиво развитие на туризма.

Устойчивото развитие на специализирани видове туризъм включва конкретни мерки, свързани с устойчивото развитие на обособените

приоритетни и съпътстващи видове туризъм на територията на дефинираната дестинация.

Заключение и изводи

Устойчивото развитие на туризма в националните курорти изисква целенасочени и постоянни усилия, както от страна на местните власти, в партньорство с останалите заинтересовани страни, така и на национално ниво чрез провеждане на последователна държавна политика, която да включва от една страна ясна стратегическа и законодателна рамка, а от друга – добре таргетирана маркетингова и рекламна политика, съобразена със съвременните тенденции на туристическото търсене и динамично променящото се потребителско поведение. Прилагането на централизираната система на управление, както правилно констатира Стойнов (2014) гарантира по-добро управление на комплексите. По този начин, в контекста на устойчивото развитие, могат да се постигнат максималните параметри на организационната, икономическата и социалната ефективност.

Доброто управление на всички нива изисква спазване на законите, които както показва проследяването на етапите в туристическото развитие до момента, се потъпкват главоломно. Много малък процент от инвеститорите, които имат средства, знаят какво искат и го правят почесто с неуважение и неспазване на законите. Голям брой хотели и ресторанти остават незаконни. Продължава незаконното строителство върху дюните по черноморското крайбрежие, като дори се стига до абсурден строеж на „подпорен хотел” в местността Алепу.¹³ Факт са груби нарушения на изискванията на строителство и изграждането на курортните комплекси. Пренебрегнат е важният момент всички хотели да са открити към морето. Изграждането на високи хотелски комплекси на първа линия на плажната ивица, нанесе големи щети на общия облик на морските курортни комплекси и създава предпоставки за рекламация от страна на туристите. Допълнително негативно влияние оказват унищожаването на зелените и пясъчните площи, цветни и горски насаждения, несъобразяването с възможностите на водопроводите, канализационните и други съоръжения в курортните комплекси.

Заплаха за устойчивото развитие на туризма е настъпващата икономическа криза, която е свързана с повишаването на безработицата, масови фалити сред туристическия бизнес и увеличаване на сивия сектор в туризма. Липсата на надеждна статистическа информация се явява допълнителен ограничителен фактор за изготвяне на качествено

¹³ Ето на това му се казва „подпорен хотел”, ClubZ, 05.06.2020г.: https://clubz.bg/99597-eto_na_tova_mu_se_kazva_podporen_hotel_snimki

ни анализи и прогнози в туристическия сектор. Единната система за туристическа информация (ЕСТИ) се очаква до известна степен да компенсира проблема, но за установяване на яснота по отношение на субектите на туристическия пазар, текущ и последващ контрол върху туристическите дейности, туристическите обекти и качеството на туристическия продукт, е необходимо създаването на ефективен контролен орган. Проблемът с квалификацията на кадри също е с тенденция да се влошава. Това поражда необходимост от въвеждане на критерии и оценки на работата, следващи успешни световни практики в утвърдени туристически дестинации, включително въвеждане на лицензи, сертификати, майсторски свидетелства и др.

Развитието и утвърждаването на туризма като приоритетен отрасъл на националната икономика налага прилагане на нов икономически модел, който да се основава на следните основни принципи: гарантиране равноправно участие на всички форми на собственост в туристическата индустрия; държавно икономическо регулиране и стимулиране на туризма; включване в развитието на туризма на широк кръг заинтересовани страни, прилагане на опит от други отрасли в чужбина и добри световни практики; изготвяне на пазарно-ориентирана и икономически обоснована организационно-управленска структура; създаване на ново качество и комплексна структура на туристическия продукт.

Досегашната туристическа политика, следва да се преосмисли изцяло, съобразно настъпващите промени след COVID-19, като е важно да се наблегне на сигурността на туристите, екологичните, хигиенно-санитарните изисквания и здравословната среда в курортните комплекси. Приоритетното развитие на вътрешния туризъм изисква системни и координирани усилия, както на национално, така и на местно ниво, чрез които да се минимизират негативите свързани с презастрояването на черноморското крайбрежие, недостигът на квалифицирани кадри и преобладаващото лошо качество на туристическия продукт. Усилията на министерство на туризма следва да бъдат насочени и към привличане на туристи от третата възраст и развитие на социален и здравен туризъм.

От съществено значение е развитието на продуктовата политика във връзка с възможностите за предлагане на специализирани видове туризъм, съобразно характерните особености и туристическия потенциал на дадения район. Акцентирането върху местните природни дадености и културна идентичност, е ключово за дефинирането на положителен имидж и развитие на туристическия бранд на националните курорти. За целта е необходимо да се извършват задълбочени научно-изследователски проучвания, постоянни наблюдения и периодична актуализация, в съответствие с динамично променящите се реалности. По този начин ще се обогати традиционното туристическо предлагане

с нови елементи и ще може да се формира комплексен туристически продукт, което от своя страна да доведе до повишаване качеството и имиджа на националните курорти. Устойчивото оползотворяване на туристическия потенциал, който до голяма степен остава неусвоен, ще доведе до намаляване на сезонността на националните курорти и увеличаване на икономическата на рентабилност. Всичко това изисква сериозни усилия и постоянство, тъй като проблемите с презастрояването, унищожаването на природни ресурси продължават и влияят върху намаляването на конкурентоспособността на националните курорти. Сред дългогодишните слабости си остават вялата и безадресна реклама, лошата инфраструктура, подцененото културно наследство, нереализираното все още богатство на лечебните минерални води, липсата на добре подготвен персонал, което дава отражение на културата на обслужване във всички отрасли и дори в качеството на храната.

Внедряването на иновации и нови технологии ще допринесе за повишаване качеството на продукта, с по-нисък разход на енергия, материали и жив труд. Прилагането на комплексна автоматизация в туристическите обекти е с цел улесняване на обслужващия персонал и подобряване ефективността на туристическите услуги, а също така може да бъде свързано с осигуряване сигурността на туристите. Пример може да се даде с уредите, които измерват телесната температура на посетителите при влизане в туристическия обект и механизацията на процеса за осигуряване на по-добри санитарно-хигиенни условия. Има нужда от е пълна мобилизация на заинтересованите страни да се приспособят към постоянно нарастващите потребности на посетителите в тази насока, по-пълноценно и широко използване на всички налични възможности на стопанския потенциал за цялостно осигуряване с необходимите ресурси. Процесът е труден и изисква квалифицирани и подготвени кадри, които да осигурят добра организация, ред и дисциплина в поверените им обекти, да проявят творческо мислене, креативност и инициативност към съвременните технологии за предлагане на разнообразни услуги и повишаване качеството на туристическото обслужване.

Не бива да се забравя, че туризма е индустрия на гостоприемството и да се подценява обслужването в туристическите обекти, което от години не е конкурентно дори с това в съседните ни страни Гърция и Турция. Обучението на квалифицирани кадри, които да бъдат добри представители на българското гостоприемство и да оставят трайни положителни впечатления у туристите, е начин да се подпомогне качеството на обслужване и конкурентоспособността на нашите курорти в рамките на международния туризъм. Грижата за клиента и изграждане качествена индустрия на гостоприемството също следва да бъде резултат от целенасочена туристическа политика.

Благодарности

Проучването е подготвено по проект на Международно висше бизнес училище на тема „Разработване и апробиране на модел за мониторинг и оценка на устойчивото развитие на туризма в България (на примера на националните курорти)“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“, с договор № КП-06-Н25/3 от 13.12.2018 г.

Използвана литература:

- Алексова, Д. (2019). Модел за устойчиво развитие на формираща се туристическа дестинация по примера на община Ботевград. София. МВБУ. 310 с.
- Алексова, Д. (2020) Методика за устойчиво развитие на туристическа дестинация, In: сборник доклади от Международна студентско-докторантска конференция „Устойчив туризъм - перспективи и предизвикателства“, изд. „Авангард прима“, София, с. 263-277
- Алексова, Д. Й. Йорданов (2014). Бизнеспланирането като инструмент за регионално развитие на туризма по примера на област Смолян. В: Сборник с доклади от XI Международна научна конференция „Интелигентна специализация в България“. България в Европейския съюз – ползи и предизвикателства. София, МВБУ, с. 907-921
- Боров, И., А. Дайски и др. (1959), Справочник на българските курорти, изд. „Медицина и физкултура“, София, 542 с.
- България красива и слънчева, Комитет по туризма към Министерски съвет, София, 1968, 40 с.
- Воденска, М. (2001). Икономически, социални и природни влияния на туризма. Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, София.
- Воденска, М., М. Асенова (2011). Въведение в туризма, изд. „Матком“, София
- Грънчарова, С. (1994), Курорти – проблеми, проектиране, практика, изд. „Полиграфия“ АД, Пловдив, 224 с.
- Дограмаджиева, Е. и И. Терзийска (2020). Влияние на COVID-19 върху нагласите за пътуване на българите. Обзорни резултати от анкетно проучване. DOI: 10.13140/RG.2.2.13230.95049
- Драганов, Р. (2017), Администрация на туристически и културни структури, In: Сборник с доклади XIV Международна научна конференция Развитие на висшите училища в контекста на европейските изисквания за качество на образователните услуги. София, МВБУ, с.412-420
- Калинков, Б. (2006), Туризмът във Варна и региона, изд. „ФИЛ“ ООД, Варна, 128 с.
- Костадинов, Д., Л. Цветкова, Д. Караколев (1976), Български курорти, изд. „Медицина и физкултура“, София, 354 с.

- Петкова, Е. (2016), Сравнителен анализ на дейността на местата за настаняване в планински курорти Боровец и Пампорово през 2014 година по месеци, In: Годишник на СУ „Св. Климент Охридски“, ГГФ, кн. 2 – География, т. 108, с. 353-376
- Рибов М., М. Станкова и др. (2008). Туризмът в ерата на развлекателната индустрия, София, Тракия-М.
- Стойнов, Д. (2014), Туристическа политика на Р. България за устойчиво развитие на курортните комплекси, непубл. дис., ИУ – Варна, катедра „Икономика и организация на туризма“, Варна, 221 с.
- Областна стратегия за развитие на област Добрич за периода 2014 - 2020
- Общински план за развитие на община Созопол за 2014 – 2020
- Общински план за развитие на Община Приморско 2014-2020
- Програма за развитие на туризма в община Самоков 2015–2020
- Програма за развитие на туризма на община Варна 2014-2020
- Програма за развитие на туризма в община Несебър 2018-2024
- Стратегия за развитие на туризма в община Смолян 2014-2020
- Архив на Петър Дойчев