

# Туризмът в българската икономика: 1990–2014 г.

Проф. д.ик.н. Соня Милева-Божанова\*

\* Международното висше бизнес училище

## Tourism in the Bulgarian economy: 1990–2014

Prof. Sonia Mileva-Bojanova, DrSc\*

\* International Business School

**Abstract:** The paper presents the development of tourism sector within the national economy between 1990-2014 aiming to determine the relationships between structural changes and development growth of tourism in Bulgaria under the globalization impacts. The studied period is covering the main stages of transformation and transition to a market economy, the EC membership (2007), the global financial and economic crisis (2008-2011) and the recovery stabilization by the end of 2014.

JEL Classification: L83, Z31, Z32.

**Key words:** tourism; Bulgaria; globalization; impacts; trends.

Туризмът като отрасъл, често пъти посочван за приоритетен и структуроопределящ, част от редица стратегически документи за насърчване икономическото развитие, растеж, създаване на заетост и влияние върху околната среда и устойчивото развитие. Целта на настоящия доклад е да се направи обобщен анализ на измененията в количествените и качествени характеристики с цел оценка ролята на туризма в българската икономика в периода 1990-2014 г. За сравнение ще бъдат използвани сравнителни данни за развитието на туризма на равнище ЕС и в световен мащаб.

Методологията за анализ на достигнатите нива на развитие на макро ниво включва оценка на основни икономически показатели като дял на туризма от БВП (пряк и косвен ефект), заетост в отрасъла, инвестиции, международни туристически посещения, приходи от туризъм, сезонни колебания, обем и структура по видове транспорт, реализирани нощувки. Основните източници на информация са статистическите

данни за платежния баланс, официални данни от НСИ, Евростат, Евромонитор, Световния съвет по туризъм и пътувания, Световна банка и други.

Икономическото значение на туризма се свързва най-вече с активния международен туризъм в качеството му на „скрит“ или „невидим износ“, който се характеризира с редица конкурентни предимства по отношение на икономически интереси на приемащите страни и генерирането на валутни постъпления в платежния баланс, заетостта и доходите на работната сила, генерирането на приходи от данъци и такси в държавния и общинските бюджети, диверсифициране на отрасловата структура на икономиката, стимулиране на икономическия растеж, сезонност в стопанската активност, промени в равнището на цените, вторични разходи и пропуснати ползи и други. В редица международни стратегически документи и програми, туризма се посочва като един от отраслите отговорни за икономическото развитие. Прегледа на литературата показва, че като цяло е налице стимулиращо въздействие от развитието на туризма върху икономическия растеж, но тази зависимост е хетерогенна. Условно показателите за оценка на туристическия сектор като част от българската икономика могат да бъдат обособени в няколко групи.

Специфични показатели за оценка развитието на туризма се отчитат още такива показатели като: DCP (Direct contribution to GDP) дял от БВП; DCE (Direct contribution to employment) дял на заетите в туризма; ETI (international tourism exports) разходи на чуждите туристи в страната, вкл. разходите за транспорт или приходи от туризма; FBK или капиталови инвестиции на стопанските субекти в туризма; DTE (Domestic tourism expenditure) разходи за вътрешен туризъм; PSE (Public sector expenditures) разходи на публичния сектор.

Показатели за състоянието на институциите и държавната политика пряко свързани с регулиране и стимулиране развитието на туризма и общата институционална среда – закони и нормативни уредба. Общоприета оценка за състоянието и развитието на институционалната среда е част от доклада на Световния икономически форум (WEF, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, 2015).

В настоящият доклад не се отчитат показатели относно състояние на туристическите ресурси, инфраструктура и носещ капацитет. От дефиницията за туризма на секторно ниво (UNCTAD, 1971) се отчитат търсенето като обем и структура на международния (вътрешния туризъм) в отделните страни; информация за предлагане на хотели и други видове настаняване за туристически цели; оценка на влиянията на туризма върху платежния баланс и икономиката като цяло.

## Дял на туризма от БВП

В Света средно за периода 1990-2014 г. дялът на туризма от БВП представлява около 10% от световния БВП. Прогнозите са да достигне 11,7% през 2035 г. като основна причина за ръст са очакванията за ръст на търсенето на развиващите се пазари, което ще доведе до ръст на потребителите, респективно разходите за туризъм. На ниво ЕС-27 е налице слаб спад от 9,4% през 1990 г. на 9,2% през 2014 г., а прогнозите са да достигне 10,2% от БВП през 2035 г.

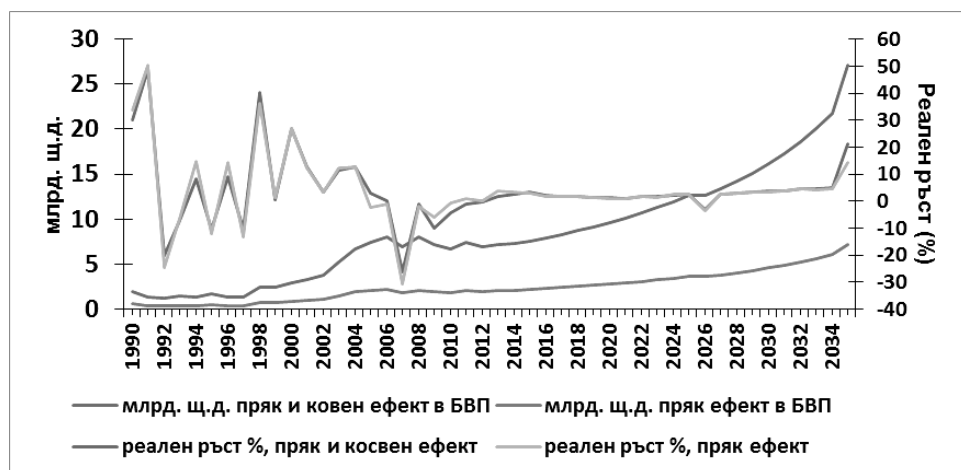
За сравнение за България данните към 2014 г. са, че туризма представлява 13,6% от БВП, което е над средното за ЕС-27. За същия период към страните със сравнително висок дял на туризма от БВП (между 10,8-17%) в Европа попадат още Португалия (16,5%), Испания (15%), Словения (13,6%), Австрия (13,3%), Естония (12,9%), Швеция (11,1%), Унгария (10,9%). С най-нисък дял между 1,8-5,1% попадат страни като Германия (4,4%), Полша (4,9%), Литва (6,1%).

В Света, детайлният анализ на дялът на туризма в БВП като *пряк ефект* очаквано показва положителна тенденция за ръст като в периода 1990-2014 г. се колебае между 2,7-2,9% от световния БВП. В абсолютни стойности дялът на туризма през 2014 г. е в размер от 2,4 млрд. щ.д. (по цени за 2014г.). Прогнозите на Световния съвет по туризъм и пътувания сочат за ръст след 2019 г., следван от период на задържане на нива от 3% до 2025 г. с тенденция за достигне 3,6% през 2035 г. На ниво ЕС-27 дялът на туризма в БВП (пряк ефект) запазва намаляващ тренд в изследвания период 1990-2014 г. и се колебае на нива между 3,4% (1991 г.) и 4,2% (2000 г.) По страни в Европа с най-висок дял в БВП са Хърватска (13%), Черна гора (12,1%), следвани от страни с дял между 5,2-7,3% попадат Гърция (7,3%), Португалия (6,1%), Испания (5,4%). В България прекият ефект на туризма е средно около от 3,8% от БВП, подобно на такива страни като Франция и Словения. В България, директното и индиректно участие на туризма във формирането на БВП определя силата на интереса към усъвършенстване на неговите управление, инвестиции, развитие на инфраструктурата, данъци и други. Графично дялът на туризма в БВП – пряко и косвено е представен на Фигура 1-2.

Данните показват възходящ тренд и ръст на дялът на туризма в БВП на страната. Според различни източници участието на туризма в БВП е около 9-11% в периода на прехода (Ракаджийска 2007: 161) като основна причина за това имат паричните постъпления от приватизационните сделки 1992- 2000 г. и привличането на големи чуждестранни инвеститори. Максимални стойности са регистрирани през 2009 и година преди икономическата криза 2006 г., като тези нива в изследвания период 1990-2014 г. още не са достигнати.

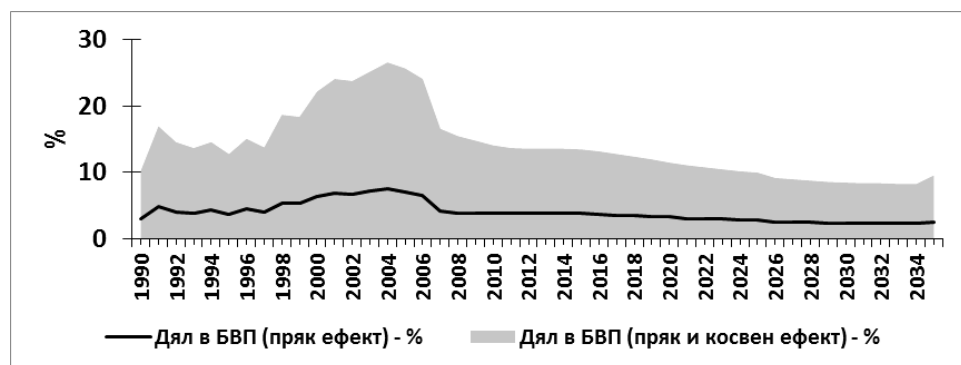
Прогнозите и очакванията за реалния ръст са да се стабилизируют на нива между 2-3% и да достигнат до 5% през 2035 г. Прекия дял на туризма в БВП очаквано има идентична крива като тази на сумарния дяла на туризма – пряко и косвено виж Фигура 2). Прави впечатление, че най-висок е делът на туризма в БВП в периода 2000-2006 г., период предхождащ влизането на страната ни в ЕС и бележещ относителен нов период след турбулентния период на прехода 1990-2000 г. От началото на кризата през 2007 г. делът на туризма от БВП започва низходящ тренд, като от 2014 г. започва постепенно да намалява.

**Фигура 1. Дял на туризма в БВП млн. щ.д., реален ръст (пряк и косвен ефект) в България**



Източник: WTTC, 2018.

**Фигура 2. Дял (%) на туризма в БВП в България, пряк и косвен ефект**



Източник: WTTC, 2018.

## Заетост

Влиянието на туризма върху заетостта е от изключително значение, защото има пряка връзка с благосъстоянието на населението. Делът на заетите в туризма (пряко и косвено) от общия брой на заетите в световен мащаб по данни на Световния съвет по туризъм и пътувания (WTTC, 2015) показват положителен тренд и прогнози за ръст след 2030 г. и достигане на 13% от общия брой заети или над 490 млн. работни места. По детайлния анализ показва, че в периода 1990-2014 г. делът на заетите в туризма варира между 9-10% от общия брой заети като през 2014 г. достига 277 млн. работни места или 1 на всеки 11 заети.

На ниво ЕС-27 общият брой на заетите е 22,8 млн. (2014 г.), като в абсолютни стойности лидери са водещи туристически дестинации като Франция (близо 3 млн.), Италия (2,7 млн.), Испания (2,6 млн.), Великобритания (2,5 млн.), Германия (1,9 млн.). За изследвания период 1990-2014 г. делът на заетите расте с 0,5 пункта, като от 2010 г. запазва нива от около 10%, като прогнозите са да достигне близо 13% през 2035 г. главно поради ръст и демографски промени в страните от БРИКС. В България заетите в туризма (пряко и косвено) през 2014 г. представляват 12,4% от общия брой заети или 378,1 хил. души.

Пряката заетост създадената от туризма е тази, която на секторно равнище разкрива работни места в характерните за туризма дейности. В световен мащаб делът на пряко заетите в туризма ще продължава да расте и ще варира между 2,9-3,4% от общия дял на заетите, или от общо 105 млн. работни места през 2014 г. с прогнози за удвояване (над 190 млн. работни места), което се очаква да бъде 5% от общия брой на заетите през 2035 г.

На ниво ЕС-27 пряко заети в туризма са малко над 9 млн. (2014 г.). Като дял на пряко заетите в туризма се наблюдава положителен тренд. Наблюдава се лек спад в периода на икономическата и финансова криза 2007-2011г. последвани от плавен ръст, с прогнози да бъде краткосрочно нарушен през 2025 г. и да достигне нива от 5,3% през 2035 г. В абсолютни стойности на пряко заетите се открояват Франция (1,2 млн.), Италия (1,1 млн.), Великобритания (1 млн.), Испания (0,8 млн.), Германия (0,7 млн.). В класацията България е на 15 място (ЕС-27) с 0,01 млн. пряко заети в сектора. На практика кривата на реалния ръст на делът на туризма в БВП повтаря тази на реалния ръст на пряко заетите в отрасъла, което показва пряко изразена корелация.

**Фигура 3. Заетост в туризма (%), пряк и косвен ефект, реален ръст (%), България**



Източник: WTTC, 2018.

По данни на Световния съвет по туризъм и пътувания, делът на заетите в туризма в България е достигал своя пик в периода 2002-2007 г. период, характеризиращ се в ръст на туристическите пътувания, приходи, брой на туристическите предприятия и инвеститорски интерес в отрасъла. Делът на заетите в туризма, пряко и косвено се запазва около 12%, като след 2016 г. се очаква плавно да намалява до нива от малко над 8% през 2035 г. (виж Фиг. 3).

### Инвестиции в туризма

Инвестициите в туризма отчитат изменението в дълготрайните материални и нематериални активи в туризма в стойностно изражение през даден отчетен период като разлика между новопридобитите и освободените активи. В световен мащаб в абсолютни стойности инвестициите ще растат, като реалния ръст през 2014 г. е 5,6% и плавно ще расте. Прогнозите на Световния съвет по туризъм и пътувания е да нараства плавно до 5,9% през 2035 г. Реалния ръст на инвестициите в ЕС-27 има идентична крива като този в Света, като пада след 2011 г., благодарение на динамичното развитие на региони Азия, Южна Америка. Данните показват, че реалният ръст на инвестициите в ЕС в периода 1991 – 1991 г. е значително по-висок от средния за света, следван от рязък спад през 1993 г. (-29,4%), повторно през 1995 г. (-17,5%) и по-слабо през 2003 г. (-15%), кризисната 2009 г. (-10,5%).

В абсолютни стойности делът на туризма през 2014 г. е в размер от 2,4 млрд. щ.д. (по цени за 2014г.). Прогнозите на Световния съвет по ту-

ризм и пътувания сочат за ръст след 2019 г., следван от период на задържане на нива от 3% до 2025 г. с тенденция за достигне 3,6% през 2035 г.

По страни най-голям ръст на инвестициите в туризма имат Китай, които до 2020 г. ще изпреварят световния лидер САЩ, както и такива страни като Индия, Бразилия, Япония, ОАЕ, Франция. Към 2014 г. инвестициите на Китай (153,4 млрд. щ.д.) в туризма изпреварват сумарно инвестициите на ЕС-27 (142,1 млрд. щ.д.). България е изключително назад в класацията по инвестиции в туризма с 0,8 млрд. щ.д. към 2014 г., което е 0,56% от инвестициите в ЕС-27.

**Фигура 4. Инвестиции в туризма в България,**



Източник: WTTC1 2018.

**Фигура 5. Капиталови инвестиции в туризма, България**



Източник: WTTC, 2018.

Инвестициите в туризма в България трудно подлежат на детайлна и комплексна оценка по подсектори, но общата тенденция е за ръст. По данни на Световния съвет по туризъм и пътувания (фиг. 4-5) абсолютен пик в бруто образуванния капитал в туристическата индустрия е

регистриран през 1992 г. (304%) в началото на годините на преход, приватизация (често пъти противоречива) на големи държавни стопански организации и навлизане на нови икономически групировки като инвеститори в сферата на туризма.

Годините в периода на прехода се характеризират с отмяната на държавния монопол, появата на нови пазарни субекти и развитие на МСП в туризма<sup>1</sup>. Една значителна част от инвестициите постъпват като авансови вноски от чуждестранни партньори – туроператори, срещу бъдещи услуги, което също се отчита като ПЧИ. Своеобразна втора вълна, но вече сравнително по-умерена се регистрира в периода след 2000 г. когато има бум в строителството, скок в цените на недвижимата собственост съпроводено от огромен инвеститорски интерес от страна британци, руснаци, украински и други. Данните, които предлага българската статистика, не позволяват коректно измерване на целия туристически бранш. Като икономически подсектор са обособени „Хотели и ресторанти“, като част от ПЧИ в предприятията от нефинансовия сектор (виж табл. 1).

**Таблица 1. Чуждестранни преки инвестиции в предприятията от нефинансовия сектор по икономически дейности ( хил. евро), 2007-2013 г.**

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Общо 2007-2013
<b>ОБЩО ЗА СТРАНАТА</b>	15167125,4	1985002,9	20441581,2	22114446,3	21644918,0	21950596,1	23339733,1	143843403
Хотелиерство и ресторантьорство	320108,8	360 027,2	405 378,5	484 369,7	585 567,9	638 547,7	681 716,8	3475716,6
Хотелиерство и ресторантьорство (%)	2,11	1,88	1,98	2,19	2,71	2,91	2,92	2,42
Ръст инвестиции (%)		26,49	6,55	8,18	-2,12	1,41	6,33	
Ръст Хотели и ресторанти (%)		12,47	12,60	19,49	20,89	9,05	6,76	

Източник: НСИ, собствени изчисления.

Данните за чуждестранните инвестиции след 2007 г. когато страната ни става равноправен член на ЕС, показва ръст в ръст в абсолютни стойности, с леки отклонения през периода на криза (2008-2009 г.) при среден годишен ръст за дейностите в „Хотелиерство и ресторантьорст-

<sup>1</sup> Повече по темата виж (Ракаджийска, Международният туристически пазар и България като туристическа дестинация в периода на прехода към пазарна икономика., 2007) с. 158-164.



во“ от 2,4%. В периода 2007-2011 г. – ръста на инвестициите в „Хотелиерство и ресторантьорство“ изпреварва над два пъти този в останалите предприятия от нефинансовия сектор, като 2012 г. средногодишния ръст на инвестициите рязко пада.

**Таблица 2 Инвестиции в туризма, по смисъла на Закона за насърчаване на инвестициите 2006-2014 г. (бр. проекти, млн. лв., заети лица)**

	2006	2007	2008	2012	Общо	Голф проекти	Дял
Инвестиционен проект	8	14	1	1	24	10	41,67
Инвестиции, 3 год. Млн. лв.	1173	2031	411	35,5	3650,5	1195,3	32,74
Работни места	4169	4753	3200	376	12498	3476	27,81

Източник: Агенция за насърчаване на инвестициите, 2018.

Интерес представляват също така и данните на Националната агенция за насърчаване на инвестициите, като в периода 2006-2014 г. по смисъла на Закона за насърчаване на инвестициите са сертифицирани общо 24 проекта на стойност от 3650,5 млн. лв., отговорни за създаването на близо 12500 работни места (виж табл. 2). От тях 10 инвестиционни проекта са за инвестиции в голф-игрища и комплекси на обща стойност от 1195,3 млн. лв., което е близо 1/3 от сертифицираните инвестиционни проекти за целия период.

В Световен мащаб ПЧИ в туризма се движат между 1-2% от общия обем ПЧИ. Подобно заключение може да се направи и за **България** като по данни на БНБ в периода 1998 -2014 средния дял на ПЧИ в хотели и ресторанти е едва 1,9% от общия обем ПЧИ в страната. Пред различните години ПЧИ в хотелиерство и ресторантьорство бележат два пика – абсолютен рекорд през 2006 г. (преди кризата) и пет години по-късно през 2011 г., когато достигат 1/10 от общия обем на ПЧИ в страната (виж Табл. 3, фиг. 6).

**Таблица 3 ПЧИ в България 1998-2014 (в хил. евро)**

Период	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Общо	605,1	866	1103,3	903,4	980	1850,5	2735,9	3152,1	6221,6	9051,8	6727,8	2436,9	1151,2	1330,2	1141,7	1446,3	1289,1
Нетни трансакции Хотели и рест.	18,4	22,2	10,7	19,4	8,8	24,7	26,3	52,4	103,2	167,6	99,2	57,7	51,7	141,2	65,5	25,8	3,9
Дял	3,04	2,56	0,97	2,15	0,90	1,33	0,96	1,66	1,66	1,85	1,47	2,37	4,49	10,61	5,74	1,78	0,30
Салдо към отчетния период		32,1	57,5	63,0	79,0	85,9	98,3	152,4	243,3	419,3	528,5	575,9	644,6	817,1	918,1	900,6	-

Източник: БНБ, 2018.

В пред кризисния период 2004-2007 г. ежегодно ПЧИ почти са удвоявали своя обем. Последните данни от 2014г. показват рязък спад повече от шест пъти спрямо предходната 2013 г. като нивата са най-ниските регистрирани от 1998 г. насам. Въпреки това, се смята, че данните за ПЧИ в туризма (хотели и ресторанти) не отразяват реалната икономическа ситуация, тъй като все повече нараства значението на други форми на инвестиции (лизингови споразумения, договори за управление, франчайзинг, придобиване на собственост за лично ползване каквито са апартаментните хотели и др.), които не се отчитат като част от индикатора ПЧИ или попадат под други показатели. Основните капиталовложения на концентрирани в периода 2005-2007 г. основно в туризма и пазара на недвижими имоти (втори домове). Като цяло размера на преките инвестиции в чужбина за „Хотелиерство и ресторантьорство“ са незначителни спрямо останалите икономически сектори. Сред големите инвеститори в чужбина са заведенията от веригата „Хепи“ (Испания), „Балкантурист“, „Албена“ (Швейцария), Шарлопов хотелс“ (Германия, над 7 млн. евро<sup>2</sup>) и други. Следва да се отбележи, че една част от инвестициите в чужбина реално са вътрешни инвестиции, защото се правят единствено заради данъчни съображения или някаква схема за прикриване на собствеността. Около една четвърт от българските инвестиции са в типични офшорни зони, за които няма достъпна информация. За съжаление в статистиката на БНБ има и сравнително висок процент неклассифицирани инвестиции, което допълнително затруднява анализа.

**Фигура 61 ПЧИ в хотелиерство и ресторантьорство 1998 -2014 г.**



Източник: БНБ, 2018.

Българските инвестиции в чужбина са свързани с процеса на изкачване по веригата на добавяне на стойност и са инструмент за налагане на собствена марка на чуждите пазари. Понякога марките, под които

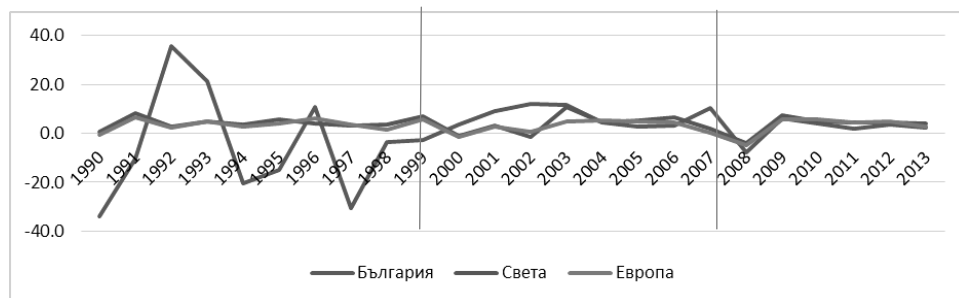
<sup>2</sup> С Награда на германската икономика за български инвестиции, направени в Германия, 2010 г.

фирмите работят на чуждите пазари, са различни (като Шарлопов хотел в Германия – Палменвалд Шварцвалдхоф). Друга форма за интернационализация са договорите за франчайзинг, вместо инвестиции в чужбина, като веригата „Хепи“, която освен собствени инвестиции, провежда и активна кампания за набиране на франчайзополучатели в Европа.

### Международни туристически посещения

В периода 1990-2014 г. международните туристически посещения в Света непрекъснато се увеличават, но с различни темпове, със среден годишен ръст за периода от 4%. В сравнение със разпределението на пътуванията в световен мащаб в България е налице съществено разминаване. Най-съществено е при посещенията на близки и приятели, които средно в света са 27% от общия брой пътувания, спрямо 13% в страната ни (2014 г.). Средния годишен ръст на посещенията в България са изключително динамични спрямо средните за света и Европа (фиг. 7) особено силно изразени в периода 1990 -2004 г., бележат своеобразен пик през 2007 г. и се стабилизират на нива под средните.

**Фигура 7 Среден годишен ръст в туристическите посещения на глобално, регионално и национално ниво (1990-2014 г.)**



Източник: UNWTO, WTTC, НСИ, Евростат, 2018.

Сравнителния анализ на графично представените данни на фиг. 7 ни позволяват да открием три основни периода:

- 1990-2000 г.: пълен асинхрон на туристическите пристигания;
- 2000-2008 г.: намаляване на асинхронна
- След 2008 г. процес на синхронизацията на средния годишен ръст на туристическите пристигания в България, спрямо регионалните и глобални темпове на ръст.

Синхрона/асинхронна като проявление зависи от силата на въздействие на външните фактори и мега тенденции (среда с генетични условия) и факторите на непосредствената външна среда на локално ниво.

В посочените периоди, развитието на туризма следва динамиката на драматичните институционални помени, преразпределение на инвестициите и преход към пазарна икономика. Периода след 2000 г. е изцяло насочен към усилия за синхронизиране на нормативната база и навлизане на външни за сектора инвеститори.

**Таблица 4 Абсолютни показатели за туристическо развитие в България, 1990-2014 г.**

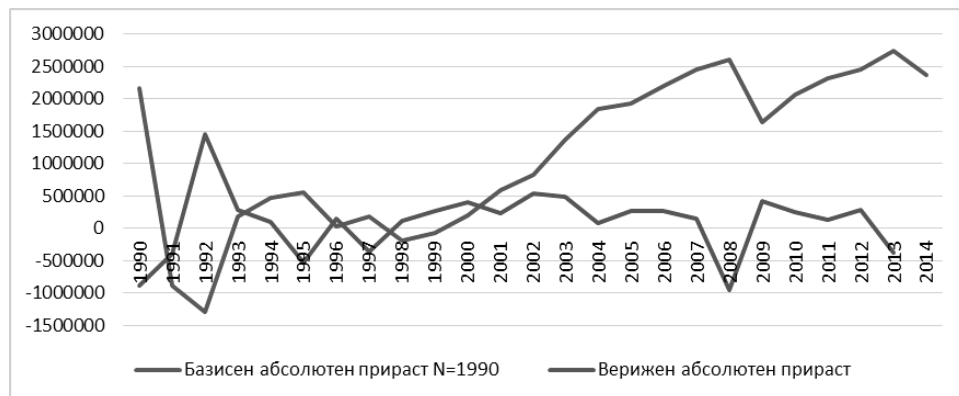
	Места за настаняване – брой	Брой легла	Брой нощувки	в т.ч. чужденци	в т.ч. българи	Брой нощува-ли	в т.ч. чужденци	в т.ч. българи
1990	1 218	303 912	30 557 115	12 759 237	17 797 878	7 713 754	2 143 579	5 570 175
1991	1 084	190 379	11 004 173	4 663 756	6 340 417	3 433 477	757 062	2 676 415
1992	997	158 156	12 157 168	5 587 597	6 569 571	3 907 355	1 056 034	2 851 321
1993	985	155 506	12 711 442	7 477 345	5 234 097	3 510 508	1 123 281	2 387 227
1994	867	138 907	11 132 370	6 436 790	4 695 580	3 137 832	978 998	2 158 834
1995	806	140 501	9 987 348	5 437 963	4 549 385	2 927 114	818 696	2 108 418
1996	766	126 113	9 806 290	5 921 961	3 884 329	2 598 312	775 258	1 823 054
1997	717	121 567	8 501 641	5 476 931	3 024 710	2 156 811	680 755	1 476 056
1998	726	132 709	8 634 792	5 197 050	3 437 742	2 330 273	699 424	1 630 849
1999	710	117 740	7 499 798	4 382 405	3 117 393	2 046 217	589 905	1 456 312
2000	836	136 026	8 554 139	5 170 091	3 384 048	2 232 667	750 555	1 482 112
2001	839	132 988	9 384 506	6 189 893	3 194 613	2 232 433	873 318	1 359 115
2002	914	143 707	10 285 668	7 055 140	3 230 528	2 521 625	1 039 703	1 481 922
2003	1 059	158 865	12 521 479	9 142 170	3 379 309	2 972 644	1 397 985	1 574 659
2004	1 306	190 040	14 160 067	10 303 560	3 856 507	3 346 525	1 694 549	1 651 976
2005	1 555	221 144	16 071 313	11 624 051	4 447 262	3 829 429	1 935 652	1 893 777
2006	1 844	247 016	17 355 363	11 944 694	5 410 669	4 252 947	2 050 197	2 202 750
2007	2 018	266 613	17 976 658	12 006 786	5 969 872	4 764 255	2 227 028	2 537 227
2008	2 128	271 672	18 182 923	11 791 454	6 391 469	4 971 863	2 223 177	2 748 686
2009	2 250	281 353	15 277 000	9 460 922	5 816 078	4 340 663	1 944 368	2 396 295
2010	2 272	276 621	16 139 116	10 547 112	5 592 004	4 344 510	2 078 747	2 265 763
2011	2 321	274 733	18 656 061	12 426 723	6 229 338	4 936 967	2 409 269	2 527 698
2012	2 758	301 140	20 252 038	13 451 440	6 800 598	5 494 014	2 632 062	2 861 952
2013	2 953	302 433	21 617 474	14 370 426	7 247 048	5 847 289	2 820 673	3 026 616
2014	3 163	314 257	21 698 391	14 077 798	7 620 593	5 945 908	2 791 578	3 154 330

Източник: НСИ, 2018.

Основните абсолютни показатели, характеризиращи туристическото развитие в са леглови капацитет, реализирани нощувки, посетители и приходи от нощувки. Данните за България в периода 1990-2014 г. са представени в табл. 4. По отношение на местата за настаняване (брой) се забелязва спад след 1991 г. достигайки минимум през 1997 г., което съвпада с изведения асинхрон спрямо глобалните и регионални тенденции. Освен външните влияния, отговорни за това са и вътрешните фактори като преход към пазарна икономика, промяна в институционалната среда, процеси на приватизация и навлизане на чужди инвеститори. На това се дължат и спада в абсолютните показатели на бр. нощувки и реализирани нощувки. След 2000 г. се забелязва трайна тенденция на ръст, но не са достигнати нивата от 1990 г.

Данните за България по показатели абсолютен прираст – базисен и верижен на туристическите пристигания в периода 1990-2014 г. са представени както следва:

**Фигура 2 Прираст (верижен и базисен) на туристическите пристигания в България 1990-2014 г.**



Източник: НСИ, собствени изчисления.

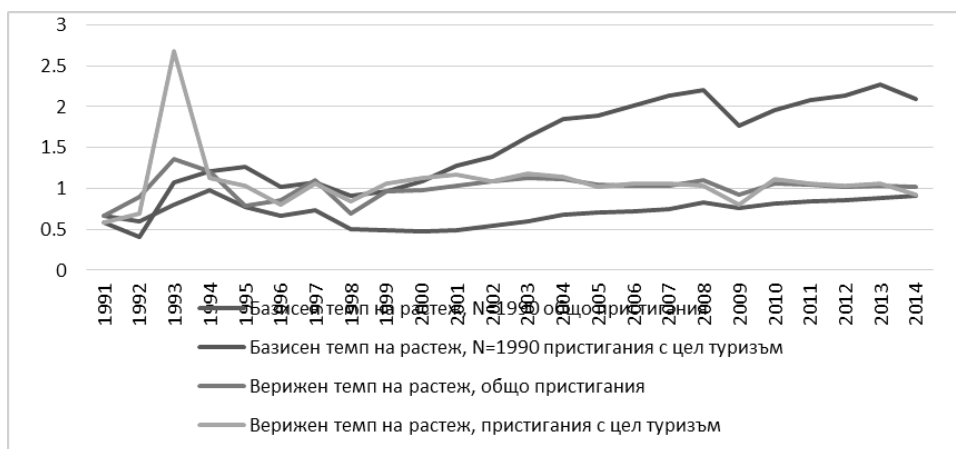
Анализът на данните показват относително нестабилна възходяща тенденция базисния абсолютен прираст с изразени спадове в 1991-1992 г. 2008-2009 г. Верижния абсолютен прираст е динамичен, със силно изразен спад през кризисните години и съща така низходящ тренд след 2013 г. За целия изследван период от 25 години, средния годишен абсолютен прираст и средния темп на прираст на туристическите пристигания е представен както следва:

**Таблица 1 Среден годишен абсолютен прираст и среден темп на прираст на туристическите пристигания в периода 1990-2014 г.**

	Среден годишен абсолютен прираст	Среден темп на прираст
Общо	7463213,8	0,7109499
Туризъм и почивка	3225616,1	1,5128869

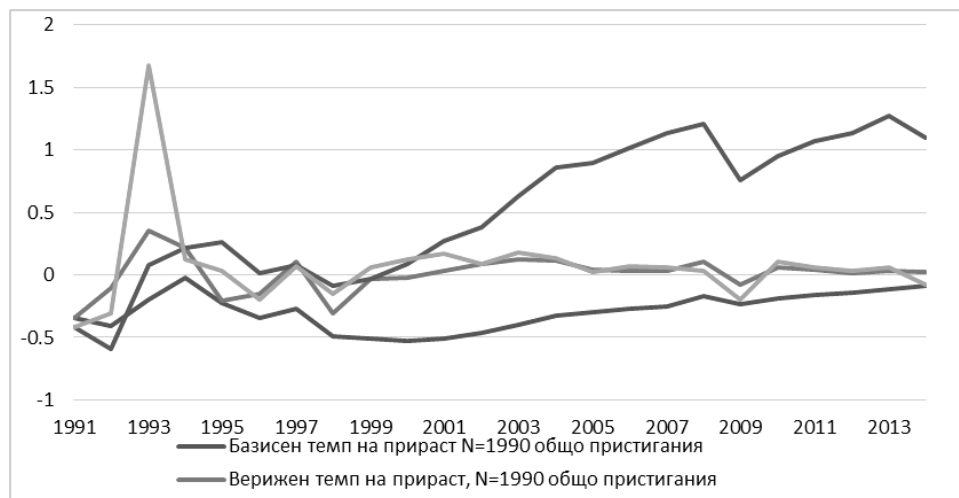
Базисния темп на растеж има най-силно изразена възходяща тенденция, като верижния темп на растеж както на общия брой пристигания, така и с туристическа цел се уеднаквяват с малки изключения 1998-2000 г. Базисния темпа на прираст на пристигания с цел туризъм има силно изразена възходяща тенденция, особено след 2000 година. Най-динамични са темповете на прираст в началото на изследвания период 1990-2000 г., като това се дължи преди всичко на комплексни влияния на външната и вътрешната среда.

**Фигура 3 Темп па растеж (базисен и верижен) на туристическите пристигания – общо и с цел туризъм**



Източник: НСИ, собствени изчисления.

**Фигура 4 Темп на прираст (верижен и базисен) на туристическите пристигания**



Източник: НСИ, собствени изчисления.

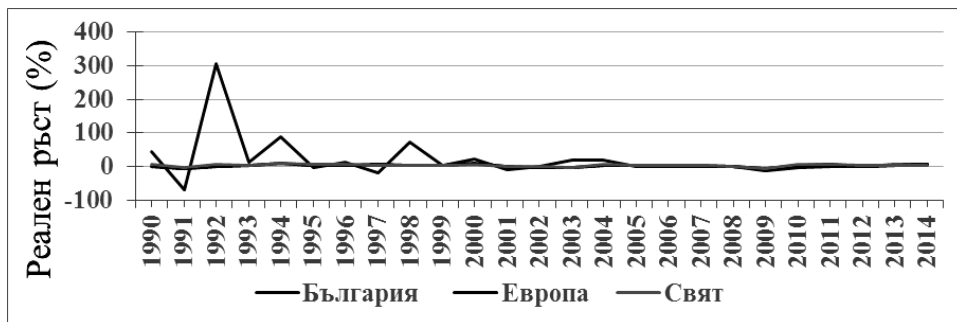
### **Постъпления от международни туристически пътувания**

Анализът на структурата и темпа на изменение на международния туризъм би бил непълен ако освен динамиката и териториалната дисперсия не се вземе предвид и обемът на паричните постъпления, респективно разходите, които туристите правят за туризъм.

Тенденцията за увеличаване обема на постъпленията от международен туризъм са следствие и резултат от нарасналите туристически пътувания, увеличените разходи от интензитет и честота на пътуване, повишаване на жизнения стандарт, покупателна способност, доходите и нарастване на свободното време за отдих и почивка.

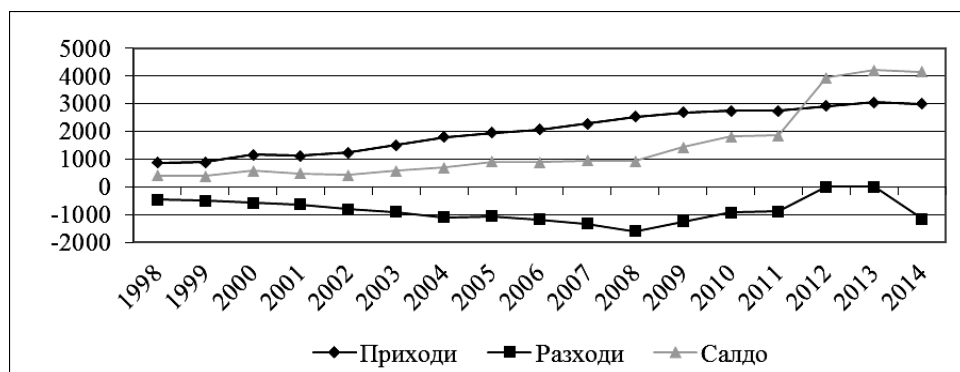
Сравнение на динамиката на средно годишния ръст в постъпленията от туризъм спрямо Света, Европа и България са представени на Фиг. 5. Графиката показва динамични колебания в реалния ръст (%) в България, особено силно изразени в периодите 1991-1995 г. и 1997-1999 г., след което следва период на стабилизация.

**Фигура 5 Приходи от туризъм, млн. лв, реален ръст (%)**



Източник: по данни на WTTC

**Фигура 6 Международния туризъм в платежния баланс на България, 1998- 2014 г.**



Източник: БНБ

По данни на БНБ постъпленията бележат трайна тенденция с ръст след 2001 г. и положително салдо, основно поради намаляване на разходите за туризъм на българите, пътуващи зад граница.

### Заклучение

Вместо заключение може да се обобщи, че в България в изследвания период 1990-2014 г. макар и с различни темпове през отделните години се наблюдава общо подобряване на бизнес средата за развитие на туризма в условия на доминиращ частен сектор след 2000 г. (Нешков, 2012).

В България, по всички изследвани основни показатели за развитие на туризма е налице ръст, особено след 2000 г., с леко прекъсване в периода на икономическата и финансова криза 2007-2009 г., но като цяло прогнозите за положителен ръст до 2035 г.



В периода на прехода се установява неефективна отраслова структура с участие на туризма, като развитието на туризма, остава силно концентрирано по Черноморието.

Анализът на туристическото развитие по отношение на структурните изменения заслужават да бъдат направят още някои изводи. Налице е обособяване на периода на преход до 2000 г., следван от период на активен ръст и темп на развитие, негативно повлияни от икономическата и финансова криза, както и редица други гео политически фактори (кризата между Русия и Украйна, Гърция, бежанската вълна и други). Съществен момент е присъединяването на страната ни в ЕС през 2007 г. но глобалните международни проблеми и външни трансформации оказват неблагоприятно влияние. В периода на прехода в България се отделя сравнително малко внимание на туризма, въпреки положителните резултати от туристически посещения и приходи от туризъм.

В началото на 90-те години са налице драматични промени свързани в прехода към пазарна икономика, които от туристическа гл. т. намират израз в тотално реструктуриране на входящите туристопотоци по страни на произход, преориентиране към нови пазари, визов режим към страните извън ЕС (Русия, Сърбия, Черна гора, Македония) и преустановяване и/или съществени загуби на някои традиционни за страната ни пазари. Паралелно с това още с председателствения процес, се реструктурират туристопотоците от страните на ЕС. Засилват се процесите на реструктуриране и синхронизиране на правното регламентиране и нормативната база, по отношение на туризма. През анализирания период се правят и редица положителни стъпки в процеса на международното сътрудничество и подписването на редица двустранни договори, конкретно в областта на туризма.

Въвеждането на либерални режими по отношение на изходящия и входящия туристопоток, въпреки първоначалния етап на стихийност, постепенно се саморегулира без съществена държавна намеса, като се очаква присъединяването към Шенгенското пространство да предостави нови възможности за пътуване, извън границите на ЕС.

Пред съединителния период, както и след приемането ни в ЕС, осигурява достъп до редица програми и възможности за финансиране на дейности, пряко и косвено свързани с туризма. Освен проекти за социализация на туристически обекти, национален маркетинг и реклама, се подобрява качеството на живот на населението. Най-осезаемо през последните няколко години, са инвестициите в пътна инфраструктура, метрото в столицата, реконструкция на основните летища в страната, което безспорно има положително влияние за общото развитие на туризма.

Паралелно с това се отчита ръст в супер структурата (МТВ), често пъти изпреварващо развитието на съпътстващата инфраструктура. Като цяло ръст има основно във високо категорийните обекти. След 1990 г. поради реституция на имоти, липса на устройствени планове и корупционни практики, се позволи навлизането и бум в строителството в хотелиерство. На практика изчезнаха къмпингите, крайпътните модели.

Анализът за развитието на туризма с някои изключения показва, че от зората на масовия туризъм през 50-те години, е налице постоянна тенденция на растеж, траен просперитет и икономическо развитие във възход. Особено силно изражение това намира в Европа, често определяна като люлка на съвременния туризъм. Развитието на българския туризъм хронологично, исторически е свързан с политическия режим на управление до 1990 година. Периода 1990-2007 се характеризира с динамични промени и преструктуриране на сектор, основно под формата на преразпределяне на капитали, навлизане на чужди капитали и създаване на нови структури. Създават се първите нормативни документи, регламентиращи туристическата дейност. Следващият преломен момент в развитието на българския туризъм е 2007 г. и приемането на ЕС с което се хармонизира българското законодателство, включително и по отношение на туризма. Смениха се субектите от страна на предлагането – появиха се нов тип собственици, външни за туристическия сектор. Българския туризъм се преориентира към чуждите пазар, като започна да губи пазарни позиции на някои утвърдени пазари (Русия).

По отношение на заплахите от бедствия, аварии, терористични и други заплахи прегледа на нормативната рамка и приетите стратегически документи, организацията за действия при възникване на подобни ситуации като цяло изключват туризма като субект. Подобен анализ липсва и националните планове и стратегически документи на ново-създаденото Министерство на туризма, което отчитаме като сериозна слабост.

### **Източници:**

Милева С. Международен туризъм, С. 2011, Изд. Авангард Прима, ISBN 978-954-323-924-5.

Милева С. Структурни изменения и темп на развитие на туризма под влияние на глобализацията, С. 2015 Изд. Avangard Prima ISBN 978-619-160-532-3.

- Рибов М., Воденска М., Милева С., Радойнова Д., Кръстева Н., Дъбева Т., Станкова М, Иванов С., Иванов М, Тончева Т., Иванова П., Янева М., Великова Е., Емилова И., Варджакова Д., Караилиева М., Мишева М., Рекреацията – начин на осигуряване, Авангард прима, 2018.
- Рибов М. Кръстева Н. Маринов С. Станкова М. Милева С., Янева М. Димитров П. Терзиева Л., Найс Д., Великова Е., Иванова П. Емилова И. Александрова Е. Ангелова Г., Златева Д. Съвременни тенденции в развитието на туризма, Тракия М, 2016 ISBN 978-619-7003-17-8, с. 41-61.
- Воденска М., Милева С. Водещи мегатенденции в развитието на туризма: последствия и възможности, с. 410-430, сборник „География и приютители“, Изд. Парадигма, 2016. ISBN 978-954-326-273-1.
- Милева С. СЕКТОРНИ ПОЛИТИКИ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА ИНОВАЦИИТЕ И КОНКУРЕНТОСПОБНОСТТА В ТУРИЗМА“, Международна конференция, УНСС 28.11.2017.
- Милева С. ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АТРАКЦИИ КАТО ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ, Международна научна конференция „ТУРИЗЪМ – ИЗСЛЕДВАНЕ, РАЗВИТИЕ И ОБУЧЕНИЕ“, 15-16.06.2018, МВБУ.