

ИЗСЛЕДВАНЕ НА СЪСТОЯНИЕТО И ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ЛЕГЛОВА БАЗА В БЪЛГАРИЯ

*Петя Иванова**



Въведение

В някои райони на света туризмът е определящ фактор за икономическото развитие, в други дава възможност за диверсификация на икономическата структура, а в трети се проявява като икономически мултипликатор. По тази причина правителства и публични власти предприемат мерки за развитието на този сектор както в рамките на конкретна област, така и в страната като цяло. Провежданата от тях национална туристическа политика „отразява ангажиментите на държавата в основните сфери на туризма и инициативите на туристическите сдружения“.¹ На настоящия етап на развитие на туризма в България усилията на вземащите решения на национално и регионално ниво са насочени към използване на наличните инструменти за управление, за изграждане на конкурентни предимства на рецептивните (приемащите) туристически територии. В съответствие с това е и формулираната цел в „Стратегията за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030“: „утвърждаване конкурентоспособността и ефективността на туристическия сектор на България посредством оптимално

* Доц. д-р, преподавател в катедра „Търговски и туристически бизнес“, СА „Димитър А. Ценов“ - Свищов; e-mail:ivanova@uni-svishtov.bg.

¹ Рибов, М. и кол. Туристическа политика.София, Тракия - М, 2010, с. 38.

използване на наличните природни и антропогенни ресурси в съответствие с пазарните изискванията и потребителските очаквания за устойчиво развитие на туризма.²

Известно е, че иманентно условие за развитието на туризма е наличието на подходящи и съответстващи като количество и качество на туристическите ресурси заведения за пребиваване³. Чрез тях се осъществява връзката между туристическите ресурси и техните потребители - туристите. Конкретният числов израз на заведенията за пребиваване се обозначава с понятието **туристическа леглова база**, което е използвано в разработката⁴.

В подкрепа на актуалността и значимостта на едно изследване, посветено на туристическата леглова база, могат да бъдат приведени редица аргументи. От една страна, на туризма се залага да бъде водещ (структуроопределящ) отрасъл и фактор, допринасящ за оптимизиране на българската икономика. От друга страна, съществуват редица проблеми в туристическото развитие на страната ни през последните години, породени най-вече от липсата на провеждана адекватна политика. Особено остро стоят тези, свързани с изграждането на туристическа леглова база по Черноморието. В същото време съществува неизползван потенциал от ресурси във вътрешността на страната и необходимост от диверсификация на националния туристически продукт. Последното е един от приоритетите на съвременното туристическо развитие в България.

В унисон с гореказаното целта на статията е въз основа на количествен анализ, осъществен на различни териториални равнища, да се открият тенденции и специфики в динамиката и структурата на туристическата леглова база в България.

I. Постановка на изследването

В настоящата статия са анализирани данни, чрез които по пряк и косвен път се характеризира туристическата леглова база в страната. Тя се разглежда като елемент от облика на българския туризъм и средство за получаване на приходи чрез оползотворяване на туристическите ресурси на цялата територия на страната.

Във връзка с това в разработката се следва дедуктивният подход и от анализ на състоянието и използването на туристическата леглова база общо за България последователно се преминава към изследването ѝ на ниво статистически район (NUTS2) и на ниво статистическа област (NUTS3). Тази структура се формира в

² Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030, достъпна на официалната интернет страница на Министерството на туризма; <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/nacionalna-strategiya-za-ustoychivo-razvitie-na-turizma-v> (05.10.2015)

³ С влизането в сила на Закона за туризъм от 2013 г. (ДВ, бр.30/26.03.2013 г.) разделението на средствата за подслон и местата за настаняване беше променено на места за настаняване клас А и клас Б. В настоящата статия се използва обобщаващото и прието в специализираната литература по туризъм понятие **заведения за пребиваване**.

⁴ Вж. Дъбева, Т., Н. Апостолов, Г. Луканова. Хотелиерството в Европа - категории, локализации, развитие. Варна, 2000.

съответствие с утвърдената „Класификация на териториалните единици за статистически цели в България“ (Заповед № РД 07-24/17.01.2013 г. на председателя на НСИ, обн., ДВ, бр. 13/08.02.2013 г.), според която територията на страната се разделя на шест статистически района и двадесет и осем области⁵.

Основната част на изложението е структурирана в три раздела:

- Изменение на туристическата леглова база общо за страната
- Състояние на легловата база на равнище статистически райони
- Структура на туристическата леглова база по области.

За целите на изследването са използвани следните показатели: брой заведения за пребиваване; брой легла; реализирани нощувки; заетост на легловата база (съотношение между броя на продадените легла и общия брой на леглата); разходи за настаняване на българи и чужденци; относителен дял на броя легла по статистически райони и области; приходи от нощувки; приходи от една нощувка; приходи на едно лице и брой нощувки на едно лице. Изборът на показатели е обусловен, от една страна, от стремежа за обхватност на анализа, а от друга, от наличието и пълнотата на данните за изследвания период 2009 - 2014 година.

Анализът се основава на официалната статистическа информация, публикувана от Националния статистически институт (НСИ), за петгодишен период (2009 - 2014). Като източници на информация са използвани и данни на Министерството на туризма на Република България.

Изследването е съобразено с препоръките за измервания и анализи в туризма на Световната туристическа организация⁶.

II. Изменение на туристическата леглова база общо за страната

Туристическата леглова база е основен елемент от материалната база на туризма. Капацитетът на туристическата леглова база определя броя на туристите, които могат едновременно да пребивават в съответната туристическа територия. Това рефлектира върху степента на усвояемост на туристическите ресурси. От друга страна, икономическият ефект на хотелиерската индустрия е пряка функция от начина и степента на експлоатация на легловата база.

Данните за изменението на **абсолютния размер на заведенията за пребиваване** в страната показват увеличение през първата част на периода 2009 - 2011 година (табл. 1). През 2010 г. увеличението в сравнение с предходната година е в размер на 7 бр., а през 2011 г. се регистрира по-значително нарастване - с 236 заведения

⁵ Информация за Класификацията на териториалните единици за статистически цели в България е достъпна на сайта на НСИ, www.nsi.bg, рубрика „За потребителите“, Статистически класификации и регистри (5.10.2015).

⁶ Towards a Set of UNWTO Guidelines. A Closer Look at Tourism: Sub-national Measurement and Analysis. Достъпна на: <http://www.e-unwto.org/content/m62755/> (31.03.2015).

за пребиваване. Съществен спад по този показател се регистрира през 2012 г. (заведенията за пребиваване намаляват с 1 018 бр. в сравнение с предходната година), след което до 2014 г. отново има увеличение (през 2013 г. със 195, а през 2014 г. с 210 бр.).

Вероятната **причина** за изменението в данните за броя на заведенията за пребиваване през 2012 г. е преминаването на част от тях в сивия сектор вследствие на поправката в Закона за местните данъци и такси (в сила от 1.01.2011 г.), според която облагането с туристически данък е не по-малко от 30% от пълния капацитет годишна заетост. Особено засегнати от тази нормативна регламентация бяха заведенията за пребиваване, при които има силно изразена сезонност като например морските рекреативни хотели. Реализираните нощувки в тях съставляват по-малко от 30% годишна заетост на легловата им база. Въпреки че с въвеждането на туристическия данък (заместващ туристическата такса) се цели стесняване на сектора на сивата икономика в туристическия бранш и насърчаване на легалните субекти, резултатът е обратен. Плащането на данъка се избягва чрез регистриране, заличаване на регистрацията и отново регистриране в съответствие с туристическия сезон. Впоследствие на 5.04.2012 г. Конституционният съд отмени туристическия данък.

Броят на заведенията за пребиваване дава обаче само най-обща представа за хотелиерската суперструктура⁷. По-прецизен показател е **броят на леглата**. По отношение на броя на леглата се наблюдава същата тенденция на намаление до 2011 г. и след това увеличение до 2014 година. Най-многобройни (314 257) са те през 2014 година.

В крайна сметка развитието на разглежданите два показателя през периода 2009 - 2014 г. показва, че абсолютният размер на заведенията за пребиваване намалява с 10%, а броят на леглата се увеличава с 9%. За сравнение, през периода 2000 - 2005 г. броят на хотелите в страната регистрира увеличение в размер на 1.94 пъти, а легловата база нараства с почти 60%⁸.

На база установените тенденции за изменението на броя на заведенията за пребиваване и броя на леглата можем да **направим заключение**, че периодът на интензивно количествено увеличаване на тази част от материалната база е приключил. На настоящия етап на преден план излиза обслужването и други елементи на предлагането като средство за конкурентоспособност на хотелиерския продукт като цяло.

⁷ **Хотелиерска суперструктура** е понятие, с което се обозначават сградите, обзавеждането и оборудването на заведенията за пребиваване.

⁸ Вж. Иванова, П. Особенности в съвременното развитие на хотелиерството в България. Икономическа мисъл, 3/2007, с. 70 - 80.

1. Изменение на легловата база в страната за периода 2009 - 2014 година

Година	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Брой						
Средства за подслон и места за настаняване	3533	3540	3776	2758	2953	3163
Легла	287423	283641	283251	301140	302433	314257
Легладенонощия	61800845	61997293	58855218	56211431	58739766	61396232
Реализирани нощувки	15372406	16261170	18855331	20252038	21617474	21698391
Заетост на легловата база - %	25	26	32	36	37	35

Източник: НСИ.

Показателят **реализирани нощувки** е със съществена значимост при характеризиране на туристическата леглова база. Той разкрива степента на експлоатация на хотелиерската суперструктура и е определящ за равнището на разходите, които туристите правят по време на престоя си в туристическото място. За да има икономически значими туристически пътувания и жизнеспособен туристически бизнес, реализираните нощувки следва да са с високи абсолютни стойности. Данните показват, че реализираните нощувки бележат плавно повишение през целия анализиран период.

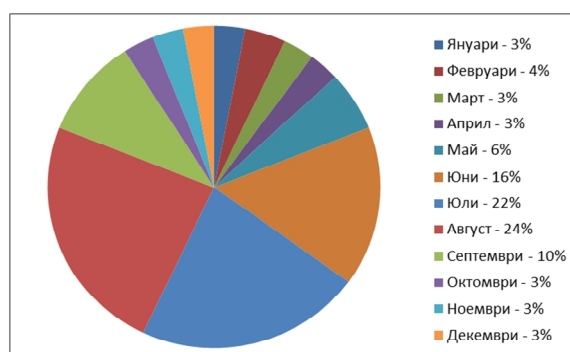
Още по-интересен за анализ е показателят **процент на средногодишна заетост на легловата база**. Показателят **заетост на легловата база** като съотношение между реализираните нощувки и легладенонощията изразява степента на използването ѝ. Размерът на този показател е определящ относно продължителността на туристическия сезон, заетостта на кадрите и много други икономически аспекти на дейността. Числовите стойности на средногодишната заетост на туристическата леглова база в страната от 2009 до 2014 г. (табл. 1) варират между 25 и 37%. За периода 2009 - 2014 г. заетостта се изменя с 10 процентни пункта (най-ниска е през 2009 г. - 25%, а най-висока - през 2013 г. - 37%). Изчислените стойности на процент на средногодишна заетост обаче се оценяват като ниски. За добра стойност на показателя се приема размер над 50% средногодишна заетост. **Причини за ниските стойности** на показателя съществуват както по отношение на нейното изграждане, така и на нейната експлоатация. Инвестиционният интерес към туризма в страната след 1989 г. доведе до динамично изграждане на хотелиерска суперструктура. Този процес не беше съпроводен с ясна цялостна визия, стратегия и адекватна туристическа политика, която да е съобразена с туристическите потребности и конкурентната среда в региона. При това бяха нарушени основни принципи при изграждането на хотелите - съобразяване с капацитета на натоварване на ресурсите и синхрон със съществуващата инфраструктура. От друга страна, в начина на управление съществуват множество признати слабости - обслужване, съдържание и дистрибуция на продукта и т.н.

За демонстриране на степента на сезонност в туризма се използва показателят **реализирани нощувки по месеци**. Сезоните на основните видове туристически пътувания в България се групират по следния начин: главен сезон за морски ваканционен туризъм (юли и август), следсезон на морски ваканционен туризъм (септември и октомври), извънсезон на морски ваканционен туризъм и предсезон на планински зимен туризъм (ноември и декември), извънсезон на морски ваканционен туризъм, главен сезон и следсезон на зимен ски туризъм (януари, февруари, март, април)⁹.

Относителният дял на реализираните нощувки по месеци съответно за 2014 и 2009 г. е показан на фиг. 1 и 2.

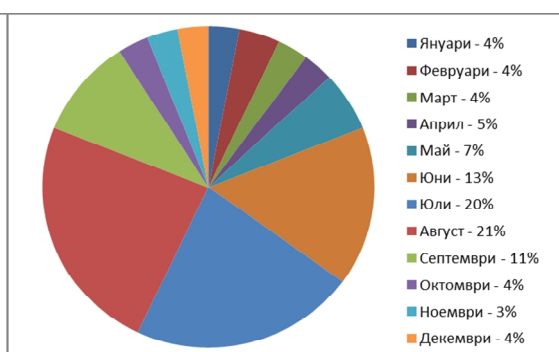
В основния сезон за морски ваканционен туризъм се осъществяват най-много нощувки - 24% през 2014 г. и 21% през 2009 година. В същото време през седем месеца в годината - от октомври до април, се реализират едва по 3 - 4% от нощувките в страната. Можем да направим извода, че използването на легловата база в туризма по месеци се характеризира с изразена неравномерност и проявена едносезонност. Данните, представящи реализираните нощувки по месеци, показват неблагоприятна ситуация, изискваща усилия и мерки за удължаване на летния туристически сезон (повишаване на броя на нощувките през май, юни, септември и октомври) и активизиране на зимния туризъм (декември - февруари). Неравномерното развитие на туризма през годината поражда оскъпяване на издръжката и понижаване на ефективността на хотелиерската дейност и демотивация на персонала, който не е постоянно зает. Това води до влошаване на качеството на обслужване и до други негативни ефекти.

Фиг. 1. Реализирани нощувки по месеци през 2014 година



Източник: НСИ, Туризъм 2014.

Фиг. 2. Реализирани нощувки по месеци през 2009 година



Източник: НСИ, Туризъм 2009.

⁹ Вж. Ракаджийска, Св. Международните туристически пътувания към България в периода на преход към пазарна икономика 1990 - 2000 г. Икономически изследвания, 3/2001, с. 57.

По-богата представа за състоянието на туристическата леглова база дава изследването на **разпределението ѝ по категория**. Заведенията за пребиваване са различни по устройство, обзавеждане, удобства, предлагани услуги, архитектурни решения, технически съоръжения и други. Тези различия намират израз в категоризирането им.

Наличието на по-висок относителен дял на висококатегорийни заведения за пребиваване е предпоставка за по-високо качество на предлагане на туристическия продукт. През периода 2009 - 2014 г. се наблюдава увеличение от 8 на 12% на заведенията за пребиваване с категория четири и пет звезди, но като цяло те имат нисък относителен дял в общия брой (табл. 2). Малко по-висока динамика се наблюдава при заведенията за пребиваване с категория три звезди. При тях има увеличение на относителния дял от 23% през 2009 г. на 30% през 2014 година. Изменението на относителния дял на едно- и двузвездните категорийни заведения е в посока на намаление от 69% (2009 г.) на 58% (2014 г.).

2. Заведения за пребиваване и реализирани нощувки през периода 2009 - 2014 г. по категория

Показател	Нощувки - бр.	Относителен дял на нощувките към общия брой - %	Заведения за пребиваване - бр.	Относителен дял на броя на заведенията за пребиваване към общия брой - %
Категория				
2009				
Категория 1 и 2 звезди	3493133	23	2445	69
Категория 3 звезди	4808560	31	810	23
Категория 4 и 5 звезди	7070647	46	279	8
2010				
Категория 1 и 2 звезди	3326381	20	2423	69
Категория 3 звезди	5135842	32	823	23
Категория 4 и 5 звезди	7798947	48	294	8
2011				
Категория 1 и 2 звезди	3753555	20	2615	69
Категория 3 звезди	6307012	33	868	23
Категория 4 и 5 звезди	8794764	47	293	8
2012				
Категория 1 и 2 звезди	4354331	21	1568	57
Категория 3 звезди	6420223	32	868	31
Категория 4 и 5 звезди	9477484	47	323	12
2013				
Категория 1 и 2 звезди	4524469	21	1698	57
Категория 3 звезди	6671313	31	904	31
Категория 4 и 5 звезди	10421692	48	351	12
2014				
Категория 1 и 2 звезди	4607601	21	1835	58
Категория 3 звезди	6357327	29	959	30
Категория 4 и 5 звезди	10733463	50	369	12

Източник: НСИ.

Очертаната тенденция на снижаване на относителния дял на нискокатегорийните за сметка на по-висококатегорийните заведения е **благоприятно условие** за развитието на туризма в страната. Наличието на по-добра материална база предполага по-високоплатежоспособни туристи и реализация на по-добър икономически ефект.

Съпоставянето на броя на заведенията за пребиваване от определена категория към реализираните в тази категория нощувки показва, че в заведенията за пребиваване с категория една и две звезди, които са повече от половината от всички (през периода се движат в диапазона 57 - 69%), се реализират едва 20 - 23% от нощувките. Обратно, по-висококатегорийните хотели, които през периода имат между 8 и 12% относителен дял, реализират между 46 и 50% от нощувките. Тази неравнопоставеност също е положителна констатация. Тя дава **основание за извода**, че съществува по-висок интерес към висококатегорийната база, което е възможност за повишаване на качеството и ценовото равнище на българския туристически продукт като цяло, повишаване на имиджа и препозициониране на дестинацията на туристическия пазар.

Икономическата оценка на използването на туристическата база зависи от стойностите на показателя **разходи по настаняването** (табл. 3). В общия бюджет на разходите тези по настаняването заемат съществено място.

3. Дял на разходите за настаняване към общите разходи за продукти, характерни за туризма¹⁰

Година \ Показател	Разходи за крайно потребление от туристи в страната на продукти, характерни за туризма - млн. лв.	Разходи по настаняване - млн. лв.	Относителен дял на разходите по настаняване към общите разходи за продукти, характерни за туризма - %
2010			
Местни жители	647.68	132.00	20.38
Чужденци	3875.75	1162.01	29.98
2011			
Местни жители	862.35	172.43	19.99
Чужденци	4076.69	1238.95	30.39
2012			
Местни жители	891.88	179.09	20.08
Чужденци	4190.94	1273.67	30.39

Източник: НСИ.

Относителният дял на разходите по настаняване в общия обем разходи за крайно потребление от туристи в страната на продукти, характерни за туризма, се различава с

¹⁰ Представени са само разходите за настаняване без тези, свързани с храна и напитки. Данните са за 2010, 2011 и 2012 г. поради наличната за този период информация.

приблизително 10% между българските и чуждите граждани. Неколкократно повече средства като абсолютен размер за настаняване и общо за продукти, характерни за туризма, изразходват чужденците. **Очевиден е изводът**, че икономическите ползи от настаняването на чужди граждани в българската туристическа леглова база са значително по-високи.

Тези данни показват, че е **много по-обосновано** усилията с маркетингов и търговски характер да се насочат към външни емитивни (генериращи) туристически територии. Поради значително по-ниските разходи на туристите в страната за крайно потребление на продукти, характерни за туризма, активизирането на вътрешния туризъм би имало по-малък икономически ефект.

III. Състояние на туристическата леглова база на равнище статистически район

Пространствената неравномерност в развитието на рецептивните (приемащите) територии е характерна за туризма. Тя е обусловена от различията по отношение на наличието на туристически ресурси и условия за осъществяване на туризъм. Безспорна е разполагаемостта с достатъчно като количество и разнообразие туристически ресурси на територията на страната, като с най-голяма туристическа привлекателност е черноморското крайбрежие. Това е и причината преобладаващата част от туристическата леглова база да е концентрирана там.

Въпреки това съществуват възможности и на настоящия етап се полагат усилия за повишаване на туристическата привлекателност и на останалите територии в страната.

4. Дял на средствата за подслон и местата за настаняване и броя на леглата по статистически райони към общия брой в страната

(Проценти)

Показател \ Година	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Средства за подслон и места за настаняване	100	100	100	100	100	100
Северозападен район	5.01	4.83	5.00	6.96	6.94	6.51
Северен централен район	6.85	9.66	9.83	8.85	8.47	8.31
Североизточен район	19.45	18.28	16.37	19.14	19.47	18.84
Югоизточен район	36.09	33.22	36.23	27.01	27.73	28.74
Югозападен район	12.62	12.80	11.52	19.04	18.56	19.14
Южен централен район	19.98	21.21	21.05	19.00	18.83	18.46
Легла	100	100	100	100	100	100
Северозападен район	3.19	2.88	3.01	2.91	2.93	2.78
Северен централен район	4.13	4.42	4.07	3.95	3.75	3.67
Североизточен район	29.08	29.29	29.18	29.60	31.19	29.68
Югоизточен район	39.76	38.43	39.75	41.31	39.35	40.81
Югозападен район	13.55	14.36	13.47	13.43	13.95	14.16
Южен централен район	10.29	10.62	10.52	8.80	8.83	8.90

Източник: НСИ.

Данните показват, че през целия анализиран период се наблюдава силно неравномерно разпределение на туристическата леглова база (табл. 4) по статистически райони (NUTS2)¹¹. В долния спектър на диапазона по брой заведения за пребиваване е Северозападният район (за периода има изменение между 5.00 и 6.96%), а в горния спектър е Югоизточният район (27.01 - 36.09%).

Още по-категорична диспропорция се проявява по отношение на показателя „брой легла“ (табл. 4). Най-голям дял в общия брой легла има в Югоизточния район (за периода е между 38.43 и 41.31%), а най-малък - в Северозападния район (между 2.78 и 3.19%). Размахът на вариация (разликата между най-високата и най-ниската стойност) по отношение на броя на леглата за 2014 г. между посочените райони е в размер на 38.3%. Данните недвусмислено показват количествено струпване на туристическа леглова база в два от статистическите райони в близост до черноморското крайбрежие - Югоизточен и Североизточен. През 2014 г. в тези райони са концентрирани над 79% от туристическата леглова база.

През анализирания период се наблюдава увеличение на относителния дял на заведенията за пребиваване в общия им брой - в Северозападния район (с 1.5 процентни пункта), Северния централен (с 1.46 процентни пункта) и Югозападния район (с 6.52 процентни пункта). Намаление се наблюдава в Североизточния (0.61

¹¹ Картата на статистическите райони NUTS2 е достъпна на сайта на НСИ: <http://www.nsi.bg/>, рубрика „За потребителите“, Класификация на териториалните единици за статистически цели в България [7.10.2015].

процентни пункта), Югоизточния (7.35 процентни пункта) и Южния централен район (-1.52 процентни пункта).

5. Дял на наличния брой легладенонощия и на реализираните нощувки по статистически райони към общия брой в страната

Показател	(Проценти)						
	Година	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Легладенонощия		100	100	100	100	100	100
Северозападен район		4.58	4.63	4.89	4.80	4.76	4.65
Северен централен район		6.61	6.98	6.74	6.65	6.56	6.60
Североизточен район		25.50	24.93	25.60	25.70	25.22	24.72
Югоизточен район		27.50	26.22	27.19	27.81	28.69	28.98
Югозападен район		20.24	20.79	19.31	20.08	20.01	20.31
Южен централен район		15.57	16.45	16.27	14.96	14.76	14.74
Реализирани нощувки		100	100	100	100	100	100
Северозападен район		2.67	2.26	2.34	2.39	2.50	2.31
Северен централен район		3.53	3.03	3.32	3.31	2.98	3.01
Североизточен район		31.72	31.57	33.27	32.68	32.00	29.65
Югоизточен район		37.15	39.45	39.50	38.44	39.13	39.45
Югозападен район		15.17	14.61	12.89	14.15	14.40	15.84
Южен централен район		9.74	9.08	8.68	9.03	8.99	9.74

Източник: НСИ.

Най-съществен ръст през анализирания период се наблюдава в Югозападния район, което е свързано с развитието на планинския туризъм (Банско, Боровец), здравния туризъм (Сандански), както и на бизнес туризма (София). Значителен спад се регистрира в Югоизточния район, което може да се обясни със силно изразената сезонност на морския ваканционен туризъм и коментирания проблем с наличието на сив сектор. В останалите райони промените са твърде слаби, **което означава**, че заведенията за пребиваване остават на приблизително едно и също равнище.

По отношение на **броя на леглата** и тяхното разпределение по райони през периода 2009 - 2014 г. се отчита намаление в Северозападния, Северния централен и Южния централен район. В Североизточния, Югоизточния и Югозападния район се наблюдава увеличение на броя на леглата през периода.

Обективно легладенонощията следват тенденциите и зависимостите, валидни за броя на леглата в статистическите райони. Силно неравномерно разпределение има при показателя **реализирани нощувки** (табл. 5). Най-голям е техният дял през целия анализиран период в Югоизточния район, а най-нисък - в Северозападния. Размахът на вариация за 2014 г. е в размер на 37.14%. Като цяло обаче през периода **не се забелязват сериозни флуктуации** в относителния дял на реализираните нощувки във всеки статистически район.

6. Заетост на легловата база в страната по статистически райони

	Северозападен район	Северен централен район	Североизточен район	Югоизточен район	Югозападен район	(Проценти)
						Южен централен район
2009	15	13	31	34	19	16
2010	14	12	33	39	18	15
2011	15	16	42	47	21	17
2012	18	18	46	50	25	22
2013	19	17	47	50	26	26
2014	18	16	43	48	28	24

Източник: НСИ.

Направените констатации за стабилност на относителния дял на реализираните нощувки по статистически райони не се отнасят и за **средногодишната заетост на легловата база**. Катализатор на процеса е изменението на броя на леглата и производните легладенонощия. Заетостта на легловата база по статистически райони е представена в табл. 6. С най-висок процент на заетост отново се характеризират районите, включващи черноморското ни крайбрежие - Североизточен и Югоизточен. Най-ниска заетост на туристическата леглова база се наблюдава в Северния централен район. Интересен е фактът, че Северозападният район, който е с най-малък относителен дял на туристическата леглова база, реализира по-висока заетост от Северния централен район, който заема следващото място по отношение на дела на легловата база. Тази констатация показва по-добро управление на туристическата леглова база в Северозападния район в сравнение със Северния централен като цяло.

Във връзка с това може да се посочи, че една от приоритетните оси на Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014 - 2020 е „Регионален туризъм“. Дали тази програма ще подпомогне процеса на развитие на по-малко популярни туристически територии в страната зависи от насочеността и администрирането на тези възможности. **Изисква се синтез** на две управленски сфери - регионална и туристическа политика.

IV. Структура на туристическата леглова база по области

По-детайлна информация за състоянието на туристическата леглова база в страната се получава при разглеждането ѝ на равнище области (NUTS3)¹². Разпределението на легловата база в териториален аспект по области през 2014 г. е представено в табл. 7.

¹² Картана на статистическите райони NUTS3 е достъпна на сайта на НСИ: <http://www.nsi.bg/>, рубрика „За потребителите“, Класификация на териториалните единици за статистически цели в България (7.10.2015).

Териториалният разрез на изследване засилва различията. Данните в табл. 7 разкриват неблагоприятна картина. Броят на заведенията за пребиваване в дванадесет от областите е в размер приблизително на един процент - това са областите Видин, Враца, Монтана, Плевен, Разград, Русе, Силистра, Търговище, Ямбол, Перник, Кърджали и Хасково. От тях само областите Русе и Хасково преминават еднопроцентната граница по показателя **относителен дял на броя легла**. С най-висок относителен дял на леглата към общия брой в страната е област Бургас (38%), следвана от областите Варна (19%) и Добрич (10%).

7. Състояние и използваемост на туристическата леглова база по области през 2014 година

Области	Места за настаняване - бр.	Относителен дял на местата за настаняване - %	Легла - бр.	Относителен дял на леглата - %	Реализирани нощувки - бр.	Относителен дял на реализираните нощувки - %	Заетост на легловата база - %
Благоевград	287	9	20032	6	1163068	5	25
Бургас	747	24	120986	38	8051983	37	52
Варна	367	12	60494	19	4489301	21	42
Велико Търново	118	4	5297	2	267452	1	14
Видин	36	1	960	0	46478	0	13
Враца	30	1	1049	0	80576	0	23
Габрово	67	2	3393	1	184993	1	16
Добрич	153	5	30230	10	1794550	8	49
Кърджали	36	1	1139	0	87719	0	22
Кюстендил	67	2	3186	1	156173	1	16
Ловеч	84	3	4208	1	224748	1	17
Монтана	27	1	1201	0	63096	0	16
Пазарджик	61	2	4315	1	451009	2	31
Перник	16	1	757	0	31133	0	13
Плевен	29	1	1323	0	87331	0	20
Пловдив	173	5	9393	3	899420	4	27
Разград	16	1	609	0	34822	0	16
Русе	42	1	1616	1	133966	1	24
Силистра	20	1	627	0	32735	0	14
Сливен	82	3	2572	1	104897	0	12
София	104	3	8307	3	560001	3	24
Смолян	275	9	11528	4	568013	3	17
София (столица)	131	4	12232	4	1524633	7	36
Стара Загора	59	2	3843	1	309432	1	24
Търговище	21	1	871	0	65847	0	21
Хасково	39	1	1589	1	107381	0	21
Шумен	55	2	1684	1	83193	0	17
Ямбол	21	1	816	0	94441	0	35

Източник: НСИ.

Добра илюстрация за атрактивността на съответната територия е броят на **реализираните нощувки**. С най-висок относителен дял реализирани нощувки се откроява отново област Бургас (37%), следвана от областите Варна (21%) и Добрич (8%). Сравнително близо до очерталите се като туристически най-развити три области по този показател е и София (столица) със 7% относителен дял на реализираните нощувки. С най-нисък дял в размер под един процент реализирани нощувки са областите Видин, Враца, Монтана, Плевен, Разград, Силистра, Търговище, Шумен, Сливен, Ямбол, Перник и Кърджали.

Оценката на използването на туристическата леглова база получаваме посредством стойностите на нейната средногодишна заетост. Анализът на показателя **заетост на легловата база по области** и съпоставката му с относителния дял на леглата (табл. 7) позволява те да се систематизират в няколко групи:

- Области с нисък относителен дял на легловата база (под един процент) и нисък размер на заетост (под 15%) - Видин, Перник, Сливен и Силистра
- Области с ниска заетост (под средната за страната в рамките до 30%) - Враца, Ловеч, Монтана, Плевен, Велико Търново, Габрово, Разград, Русе, Търговище, Шумен, Стара Загора, Благоевград, Кюстендил, София, Кърджали, Пловдив, Смолян и Хасково
- Области с доближаващо се до средното ниво на заетост (близо до средния размер 30 - 35%) - Ямбол, Пазарджик
- Области с висока заетост (над средната за страната) - Бургас, Варна, Добрич и София (столица). Интересен е фактът, че област Добрич изпреварва област Варна по този показател.

Групата области, които са под средното ниво на средногодишна заетост на легловата база, е най-многобройна. Едва четири области в страната регистрират размер на средногодишна заетост над средната.

Актуален е въпросът за разработването на национално ниво концепция за туристическо райониране на страната, която няма нормативен характер, а цели насочване на усилията към регионалния брандинг. В процес на създаване е и онлайн регистър на туристическите обекти и атракции и интегрирането му с Единната система за туристическа информация. Други поставени приоритети на национално ниво са свързани с популяризирането на България като страна, предлагаща културен туризъм и диверсификация на туристическия продукт.

Тези мерки биха **били ефективни в колаборация** с познаването на мотивите за предприемане на туристически пътувания в страната. Необходимо е познанията да се съчетаят с продукти, които да се предлагат с основното търсене или самостоятелно. По този начин би могло да се постигне известно нивелиране на териториалните диспропорции в туристическите посещения.

За характеризиране на икономическия ефект от използването на туристическата леглова база служат показателите **приходи от нощувки, приходи от една нощувка, приходи от едно лице и брой нощувки на едно лице** (табл. 8).

**8. Приходи от една нощувка, приходи от едно лице и брой нощувки
от едно лице по области през 2014 година**

Области	Приходи от нощувки - лв.	Приходи от една нощувка - лв.	Пренощу- вали лица - бр.	Приходи от едно лице - лв.	Нощувки на едно лице - бр.
Благоевград	50107369	43.08	460607	108.79	2.53
Бургас	350180021	43.49	1297569	269.87	6.21
Варна	223526316	49.79	859996	259.92	5.22
Велико Търново	10464109	39.13	172848	60.54	1.55
Видин	1830412	39.38	31317	58.45	1.48
Враца	2198633	27.29	34046	64.58	2.37
Габрово	5316038	28.74	93657	56.76	1.98
Добрич	87316239	48.66	326250	267.64	5.50
Кърджали	3067852	34.97	50625	60.60	1.73
Кюстендил	4592239	29.40	76234	60.24	2.05
Ловеч	7272058	32.36	115349	63.04	1.95
Монтана	2034398	32.24	31334	64.93	2.01
Пазарджик	21090052	46.76	182319	115.68	2.47
Перник	797746	25.62	19826	40.24	1.57
Плевен	3783581	43.32	48138	78.60	1.81
Пловдив	38114096	42.38	418293	91.12	2.15
Разград	1251072	35.93	19942	62.74	1.75
Русе	6259837	46.73	82782	75.62	1.62
Силистра	1264706	38.63	23441	53.95	1.40
Сливен	3507450	33.44	46026	76.21	2.28
Смолян	22119026	38.94	215153	102.81	2.64
София	19478878	34.78	210940	92.34	2.65
София (столица)	109681240	71.94	861512	127.31	1.77
Стара Загора	11774002	38.05	116698	100.89	2.65
Търговище	2062432	31.32	28025	73.59	2.35
Хасково	3729862	34.73	57856	64.47	1.86
Шумен	2421051	29.10	45232	53.53	1.84
Ямбол	3104103	32.87	19893	156.04	4.75

Източник: НСИ.

Абсолютният размер на приходите от нощувки е най-висок в областите Бургас, Варна, Добрич и София (столица). Приходи от туризъм, надвишаващи 10 хил. лв. през 2014 г., има в областите Благоевград, Пловдив, София, Пазарджик, Стара Загора и Велико Търново.

Относителният показател **приход от една нощувка средно за страната** е в размер на 46.01 лева. С най-висока стойност на показателя е област София (столица) - 71.97 лв. от нощувка. Стойности над средния размер на показателя са регистрирани в областите Русе, Варна, Добрич и Пазарджик.

Класирането на водещите области по абсолютен брой пренощували лица се оглавява от област Бургас, следвана от областите София (столица), Варна, Благоевград и Пловдив. С най-малък брой пренощували лица са областите Перник, Ямбол и Разград.

По-нататъшният анализ се допълва с показателя **приходи от едно лице**. Средният размер за страната е 167.90 лева. Дестинациите, при които на един турист се пада най-висок размер похарчени средства, са областите Бургас, Добрич и Варна, а с най-нисък размер е този показател в областите Перник, Шумен и Силистра.

Продължителността на престоя е показател, който дава информация за ефективността на разходите за маркетинг и продажби, което рефлектира върху хотелиерската дейност. Средният брой за страната е 3.65 нощувки на едно лице. Морските дестинации, предлагащи ваканционен рекреационен туристически продукт, регистрират нива над този среден брой - областите Бургас, Добрич и Варна. Област Ямбол също регистрира по-висок от средния брой нощувки от едно лице.

По отношение на регионалната политика туризмът се приема по-скоро като средство отколкото като цел. Разработването на конкурентоспособни пазарни ниши и брандове на отделните области валоризира комбинацията от заведения за пребиваване с природните и антропогенни туристически ресурси в отделните области. Развитието на интелигентни специализации на регионално ниво се мултиплицира и в повече възможности за други индустрии (селско стопанство, хранително-вкусова, култура и др.).

Заклучение

Наличният фонд туристическа леглова база е рамката, която определя капацитета и пространствената структура на туризма на определена територия. Макар и да не е непосредствена цел на туристическите посещения, хотелиерската суперструктура е един от елементите, разкриващ характерния облик на определено туристическо място.

Селектираният комплекс от показатели даде възможност да се открият съществени характеристики на туристическата леглова база в България и да се отграничат различията на ниво статистически район и област. Осъщественият анализ позволява да се направят следните по-значими обобщаващи изводи:

Първо. Периодът на динамично нарастване на туристическата леглова база в страната е приключил и дори се регистрира динамика в посока намаление на заведенията за пребиваване и слабо увеличение на броя на леглата. Тази реалност поставя нови предизвикателства пред конкурентоспособността на хотелиерското предлагане - обслужване, видове услуги, начин на дистрибутиране и други.

Второ. Изследването установи висока степен на едносезонност в използването на туристическата леглова база. Тази ситуация определя страната като дестинация за летен ваканционен туризъм, което, първо, не позволява ефективно натоварване на хотелиерската суперструктура, и второ, поставя туризма в страната в силна зависимост от начина на протичане на летния сезон (например съществуват обективни климатични рискове и др.).

Трето. Въпреки че през анализирания период показателят „процент средногодишна заетост на легловата база” се увеличава, той като цяло е с ниски стойности. Единствено областите Бургас, Варна и Добрич имат процент на средногодишна заетост, доближаваща се до желаното и приемливо равнище. Това налага предприемане на мерки за повишаване на заетостта на легловата база. Усилията за привличане на чужденци в българската туристическа леглова база е икономически по-обосновано. Разходите, които те правят за настаняване и за потребление на стоки и услуги, характерни за туризма, превишават неколккратно размера на тези разходи от български граждани.

Четвърто. Разпределението на туристическата леглова база по статистически райони е силно неравномерно и се проявява още по-категорично на равнище области. Високата степен на различия се потвърждава и от анализа на показателите: приходи от нощувки, брой реализирани нощувки и брой пренощували лица.

Пето. Относителният брой на висококатегорийните заведения за пребиваване нараства през анализирания период. Реализираните нощувки в този тип заведения за пребиваване са с най-висок относителен дял, което е предпоставка за по-добър икономически ефект.

ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА:

Дъбева, Т., Н. Апостолов, Г. Луканова (2000). Хотелиерството в Европа - категории, локализации, развитие. Варна.

Закон за туризма. ДВ, бр. 30/26.03.2013 г.

Иванова, П. (2007). Особенности в съвременното развитие на хотелиерството в България. Икономическа мисъл, кн. 3.

НСИ. Туризмъ 2009 - 2014 г.

Ракаджийска, Св. (2001). Международните туристически пътувания към България в периода на преход към пазарна икономика 1990 - 2000 г. Икономически изследвания, кн. 3.

Рибов, М. и кол. (2010). Туристическа политика. С., Тракия - М.

Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030. Министерство на туризма, С., 2014.

Towards a Set of UNWTO Guidelines. A Closer Look at Tourism: Sub-national Measurement and Analysis.