



DOI: 10.22620/sciworks.2015.05.026

**СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА
ИНДУСТРИЯ В ОБЛАСТ ПЛОВДИВ
CURRENT CONDITIONS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF
TOURISM IN THE REGION OF PLOVDIV**

**Красимир Александров*, Лиляна Икова
Krasimir Aleksandrov*, Lilyana Ikova**

Аграрен университет – Пловдив
Agraricultural University – Plovdiv

*E-mail: kva@dir.bg

Abstract

The region of Plovdiv is one of the fastest growing areas in Bulgaria. The GDP per capita in the region for 2011 was EUR 8,318, which ranked it seventh in the country in terms of GDP.

After the severe economic crisis we are now witnessing a process of sustainable development. In this area there is a large concentration of businesses and foreign investments that are still growing, thus becoming an important factor for increasing the levels of employment.

Tourism in all its forms is strongly developed in the area. In 2013 there were 2,344 hotel and restaurant businesses that functioned in the area, or 6.7% of all businesses in the area. These enterprises produced an output of BGN 11,851,412 thousand, i.e. 1.9% of all production. This led to a growth of 112.58% when compared with the year 2012.

The development of the tourism industry in the region of Plovdiv is very dynamic. The fact that the city of Plovdiv has been chosen to be European Capital of Culture in 2019, presents even more excellent opportunities and prospects for the development of the tourism industry in the area.

Key words: tourism industry, GDP share, employment, functioning enterprises, output in tourism.

ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът е един от най-бързо развиващите се сектори в световната икономика. В ситуацията на икономическа несигурност той е важен двигател, който продължава да генерира икономически растеж чрез създаване, запазване и разширяване на трудовата заетост, развитие на инфраструктурата, както и на периферните, селските и по-слабо развитите райони.

По данни на Световната организация по туризъм (СОТ) през 2012 г. туристите в световен мащаб са надхвърлили рекордните 1 млрд., достигайки 1,035 млрд. души и реализирайки устойчив ръст от 4%.

Независимо от продължаващите икономически предизвикателства в Европа и света, прогнозите на СОТ са за запазване на тенденцията на увеличаване на броя на пътуванията с цел туризъм в света, с подобни или с малко по-слаби темпове, и реализиране на ръст в порядъка на 3.5% до 4% към края на 2014–2015 г.

В дългосрочен план очакванията са за средногодишен ръст на туристите в света от порядъка на 3.8% за периода до 2020 г. и 2.9% средногодишен ръст за периода 2020-2030 г.

Очакванията са туристическите пътувания, като абсолютна стойност в световен мащаб, да достигнат 1.4 млрд през 2020 г. и 1.8 млрд. през 2030 година.

МЯСТОТО НА ТУРИЗМА В ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРИЯ

В света днес има три големи туристически региона, в които се зараждат туристическите потоци, и това са Европа, САЩ, Япония и Австралия.

Европа осигурява най-интензивния туристически поток в света, вътре в континента и от континента за другите туристически райони.

Европа успява да привлече над половината туристи от цял свят и се превръща в най-бързо разрастващият се туристически регион.

Европейският съюз представлява важна туристическа дестинация, като шест от неговите държави членки са сред десетте най-предпочитани дестинации в световен мащаб.

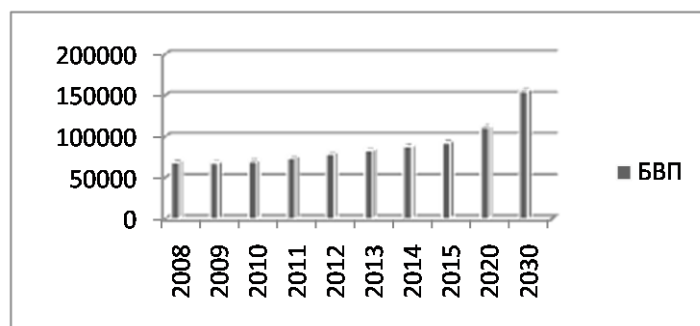
България е добре позната и предпочитана целогодишна туристическа дестинация, с ясно разпознаваема национална идентичност и съхранена култура и природа, която има водещо място сред петте топдестинации в Централна и Източна Европа.

Съвременната високоинтегрирана глобална икономика, икономическата нестабилност и негативното ѝ въздействие върху икономическия растеж и доходите, предизвикват значителни и дългосрочни последици.

Глобалните рискове са големи и днес, в условията на продължителния процес на възстановяване.

На икономиката на България ѝ бяха необходими шест пълни години, за да изплува от дълбините на рецесията.

Според проучване, проведено от Oxford Economics, реалните и прогнозните данни показват устойчива тенденция на нарастване на БВП, което е съпътствано с намаляване, макар и символично, на инфлацията от 4,3% през 2011 г. на 2,5% през 2014 г. и 2,0% за 2015 г., и равнището на безработицата, респективно от 9,3% през 2011 г. на 8,8% през 2014 г. и прогнозно ниво 9,0% за 2015 г.

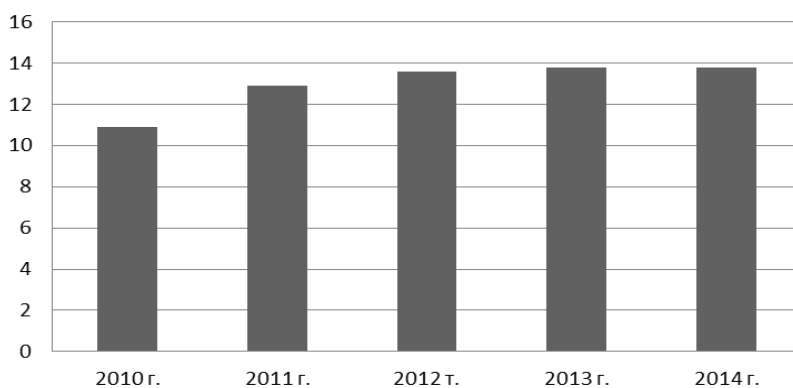


Графика 1. БВП на България (в млрд. лв.)

Източници: Oxford Economics и НСИ

Туризмът в България е структуроопределящ национален отрасъл и стабилен фактор за оптимизиране на българската икономика. Той има съществен дял в създаването на БВП на страната – 12–18%, осигурява висока трудова заетост – 300 000 постоянно и 500 000 временно заети, предлага инвестиционни възможности и партньорство за развитие както на едрия, така и на малкия и средния бизнес, основан на семейна собственост.

Относителният дял на туризма в БВП на България бележи тенденция на нарастване през годините от 2010 до 2014 г. Нарастването през 2011 г. спрямо 2010 г. е 1%, последван от нарастване от 0,7% за 2012 г., символично нарастване от 0,2% през 2013 г. През 2014 г. той запазва относителния си дял от 13,8%, такъв, какъвто е и през 2013 г.



Графика 2. Относителен дял на туризма в БВП на България

Източник: World travel & tourism council, 2015, НСИ и собствени изчисления

Запазването на относителния дял на туризма в създаването на БВП през 2014 г. на нивото от 2013 г. е признак за нарастването на дела на останалите отрасли в икономиката. Прогнозите за периода 2014–2024 г. са делът на туризма в БВП да нарасне с 11,9% или средно с 1,19% годишно, което означава сериозен ръст на туризма.

По данни на Световната организация по туризъм до 2030 г. очакванията са за средногодишен ръст на международните туристически пътувания от 3.3%. Непрекъснато нараства интересът на пътуващите към по-малко известни дестинации в Източна Европа, в това число и България. Прогнозите показват, че туристическите пътувания към България ще отбелязват ръст, по-висок от средния за света до 2020 г., т.е. около 4% средногодишен ръст.

В дългосрочен план очакванията са за намаляване на темповете на растеж, на броя на туристическите пътувания към България в периода 2020–2030 г. и достигане на 3% средногодишен ръст поради достигане на по-висок обем на туристопотока и по-голяма наситеност на пазара.

В съответствие с тези прогнози и при равни други условия очакванията са през 2020 г. България да привлича над 9 млн. чуждестранни посетители, а през 2030 г. – над 12 млн. чуждестранни туристи, което означава, че входящият туристопоток към България ще се удвои спрямо регистрирания през 2014 г.

ТУРИЗМЪТ В ОБЛАСТ ПЛОВДИВ

Голяма част от туристопотока в България преминава през Пловдивския туристически район, респективно през област Пловдив.

Предпоставки за развитието на туризма и привличането на български и чуждестранни туристи на първо място са стратегическото географско положение на област Пловдив и добре изградената транспортна инфраструктура – пътна, жп, летище.

Богатото културно-историческо наследство (концентрация на множество единични и групови недвижими културни ценности), наличието на благоприятни природни ресурси, традициите и опитът на местното население в предлагането на туристически услуги осигуряват възможност за практикуване на различни видове туризъм на територията на област Пловдив като културно-познавателен, религиозен, конгресен, балнеоложки, аграрен, екологичен, приключенски (спортен, винен) и др.

Град Пловдив е туристическа дестинация сама по себе си поради концентрацията на историческо наследство от различни епохи, религии и култури и същевременно е своеобразен разпределителен център към туристически обекти, намиращи се в съседни области и общини на страната.

Развитието на туризма трябва да се разглежда като елемент на интегрираното пространствено планиране и развитие на област Пловдив. Туризмът е просперираща икономическа дейност, която съдейства както за диверсификация на икономическите дейности и създаване на заетост, така и за мобилизиране на местни и чужди инвестиции и допринася за позитивния облик на областта.

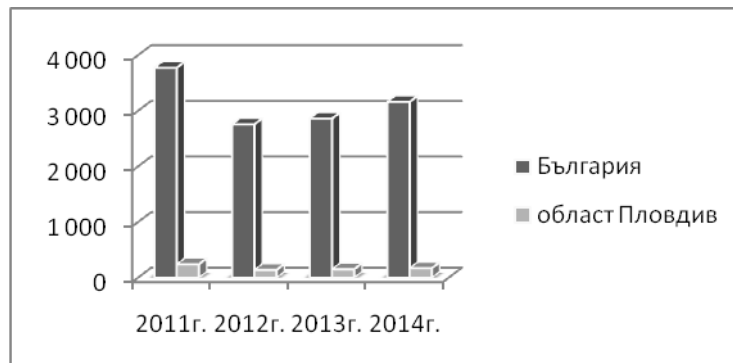
Критично значение за успешното развитие на туризма има състоянието на туристическата инфраструктура и средствата за настаняване. В област Пловдив базата за туризъм и предлаганите услуги са концентрирани във и около населени места с курортно значение.

АНАЛИЗ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА СУПЕРСТРУКТУРА В ОБЛАСТ ПЛОВДИВ

В областта от общо 243 средства за подслон 150 са локализирани в община Пловдив, предимно в гр. Пловдив. Това се дължи на силно развития конгресен и бизнес туризъм.

Местата за настаняване, които са 243 през 2011 г., намаляват със 103 през следващата година, след което започват да нарастват и достигат до 173 през 2014 г., а това е значително по-малко от началото на разглеждания период.

Същата тенденция се наблюдава и при броя на леглата, но промените са значително по-малки – от 9546 през 2011 г. легловият фонд намалява на 8890 през 2012 г. и достига до 9393 през 2014 г. Колебанията в броя на местата за настаняване и легловия фонд за област Пловдив са чувствително по-слаби от тези в цялата страна, което е показател за една относително висока стабилност на материалната база.



Графика 3. Места за настаняване в България и област Пловдив (брой)

Източник: word travel & tourism council 2015, НСИ и собствени изчисления

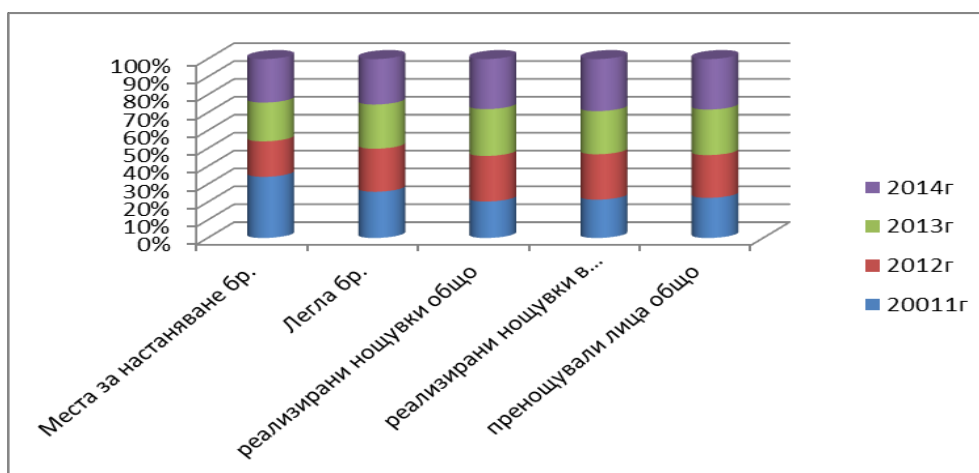
Дейността на местата за настаняване през четиригодишния период е във възход. Реализираните нощувки от 669 593 през 2011 г. нарастват и през 2014 г. и вече са 899 420, или средно с 57 457, което представлява ръст от 34%. Нараства и броят на реализираните нощувки от чужденци от 183 376 на 251 897 за периода 2011–2014 г., което е ръст от 37,3%.

Докато броят на пренощуващите лица за същия период е нараснал с 36%, което означава 110 899 пренощуващи лица повече за целия период или средно по 27 725 за всяка от годините на четиригодишния период, броят на

пrenoшувалите чужденци също нараства от 78 185 на 98 502 за периода, т.е. ръст от 26%.

Повечето от средствата за подслон и реализираните нощувки на територията на област Пловдив са локализирани в община Пловдив, предимно в град Пловдив.

Това отново се дължи на силно развития конгресен и бизнес туризъм.



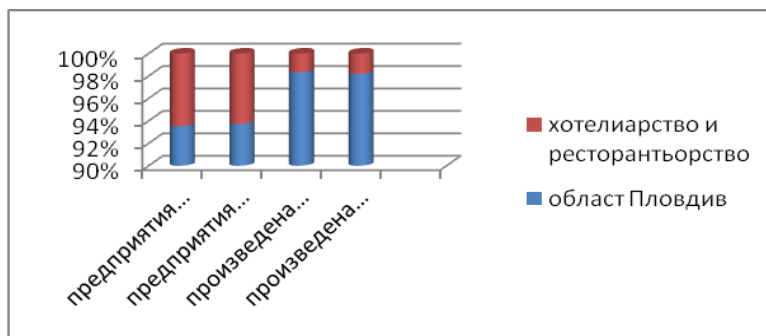
Графика 4. Дейност на местата за настаняване в област Пловдив

Източник: НСИ и собствени изчисления

В областта на хотелиерството и ресторантьорството през 2012 г. функционират 2400 предприятия, което представлява 6,9% от всички предприятия в областта, докато през 2013 г. техният брой намалява на 2344 или делът им в икономиката на областта намалява с 0,2%, т.е. те са вече 6,7% от всички предприятия.

Произведената от тях продукция е за 11 851 412 хил. лв. или 1,9% от всичко създадено и са отбелязали ръст от 112,58% спрямо 2012 г., което означава, че предприятията в хотелиерството и ресторантьорството в област Пловдив са се окрупнили и действително функциониращите са произвели и предложили на пазара много по-голям обем продукция.

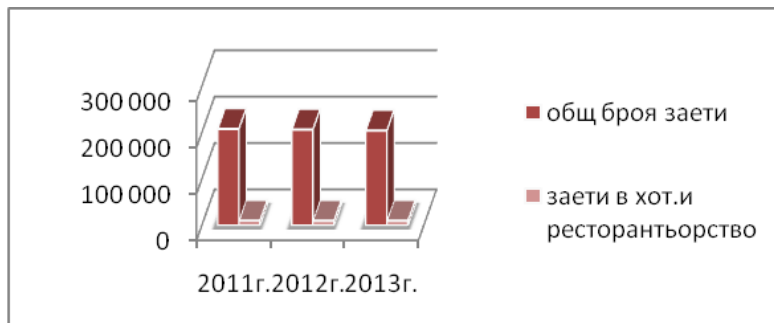
Доказателство за сериозното развитие на туристическата индустрия в област Пловдив е, че през разглеждания период сред 120-те най-големи предприятия по нетен размер на приходите от продажби са „Астрал Холидейз“ АД в групата с от 25 до 30 млн. лв. и фирмата „Галакси Пропърти Груп“ ООД в групата с от 16 до 20 млн. лв., а през 2013 г. към тях се присъединява и фирма „Аладин Фуудс“ ООД с предмет на дейност ресторанти и заведения за бързо обслужване в групата с от 25 до 30 млн. лв.



Графика 5. Основни икономически показатели за област Пловдив по икономически дейности

Източник: Word travel & tourism council 2015, НСИ и собствени изчисления

Туристическата индустрия в област Пловдив през последните години има стабилен ръст на развитие, но темпът на приходите не е адекватен на този ръст, тъй като предприемачите са принудени да не увеличават цените на услугите.

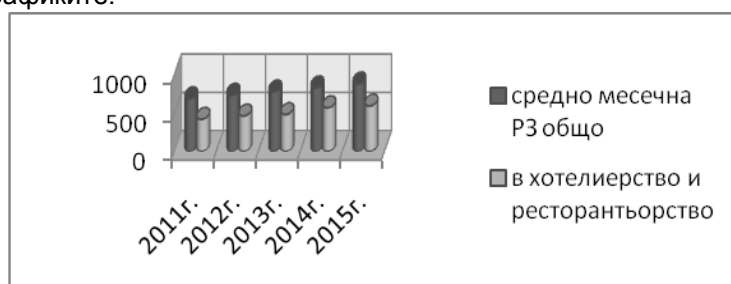


Графика 6. Средносписъчен брой на наетите лица по трудово и служебно правоотношение в област Пловдив

Източник: НСИ и собствени изчисления

Заетостта в туризма в областта е 4,7% от всички заети, като този относителен дял се запазва и през четирите години на анализирания период. Тревожен е фактът, че броят на наетите по трудово и служебно правоотношение общо за областта и в хотелиерството, и в ресторантьорството през годините намаляват. Спадът на всички заети ежегодно е от 0,8 до 0,9%, докато в хотелиерството и ресторантьорството през 2012 г. спадът е от 1,7%, а през 2013 г. процесът е значително по-слаб и спадът е с 0,6%. Заетите и през 2014 и 2015 г. намаляват.

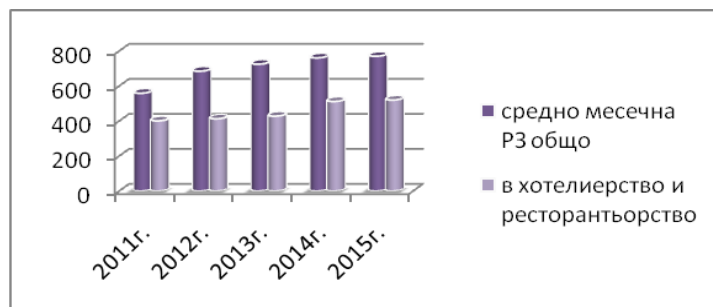
През второто тримесечие на 2015 г. заетите в областта са 210 хиляди души, което представлява увеличение с около 1,5% в сравнение с първите месеци на годината. Разликата е в резултат на ръста на сезонната заетост в туризма, докато в същото време в сектора има спад на заетостта в сравнение с 2014 г. Намаляването на заетите в туристическата индустрия на област Пловдив е съпътствано от значително по-ниско заплащане на труда в отрасъла като цяло както в цялата страна, така и в областта, което ясно се вижда от графиките.



Графика 7. Средномесечна работна заплата в България, в лева

Източник: НСИ

Средномесечната работна заплата от 686 лв. през 2011 г. плавно и постепенно се покачва всяка година, и през първите 6 месеца на 2015 г. достига до 881 лв. В същото време в хотелиерството и ресторантьорството тя се движи от 416 до 591 лв. за шестте месеца на 2015 г. Значително по-ниското заплащане на труда в сектора до голяма степен демотивира висококвалифицираните специалисти и поддържа диспропорция между търсенето и предлагането на труд. Средната месечна заплата в област Пловдив за месец юни, 2015 г., е 770 лв. или с 14,5% по-ниска от тази в страната, като размерът е в резултат на нарастването ѝ през второто тримесечие на годината с малко над 3% в сравнение с първото. Най-ниско платени са наетите лица в хотелиерството и ресторантьорството – 520 лв., и тази разлика е трайна тенденция.



Графика 8. Средномесечна работна заплата в област Пловдив, в лева

Източник: НСИ и собствени изчисления

Обезпокоителен е фактът, че в периода 2011–2015 г. нараства разликата в РЗ в хотелиерството и ресторантьорството, в страната и областта, за да достигне през първата половина на 2015 г. до 71 лв. През 2011 г. РЗ в сектора в област Пловдив е с 3,6% по-ниска от тази в страната, съответно този процент нараства всяка следваща година, както следва: 10,2%, 10,6%, 10,8 и 12% за 2015 г.



Графика 9. Средномесечна работна заплата в хотелиерството и ресторантьорството в България и област Пловдив, в лева

Източник: НСИ и собствени изчисления

Тези сериозни разлики водят до траен дефицит на специалисти в туристическата индустрия, независимо от факта, че в град Пловдив има достатъчно средни и висши учебни заведения, подготвящи специалисти във всички области на туризма. Друга отрицателна последица от по-ниските нива на работната заплата е голямото текучество на кадрите, особено през силния туристически сезон. Независимо от някои отрицателни тенденции туристическата индустрия в област Пловдив е с дълбоки корени и се развива интензивно.

СЪСТОЯНИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ

Център на областта и център на туризма е град Пловдив, който е водеща дестинация за културен, исторически и събитийен туризъм. Приходите от нощувки на туристи в града са нараснали с 33% през 2014 г. Приносът на българските туристи към приходите на община Пловдив е нараснал с 24%, а на чуждестранните туристи – с 44%. С 25% през 2014 г. спрямо 2013 г. са се увеличили приходите от туристически данък.

Увеличен е не само броят на туристите – българи и чужденци, а и продължителността на престоя им в града. Броят на нощувките през 2014 г. е нараснал с 25%, като при българските туристи ръстът е 7%, а при чужденците – близо 43%. Нараснал е и броят на пренощуващите с близо 13%, съответно на българите с около 10%, а на чужденците – с 19%.

В класацията на българските градове по реализирани нощувки и приходи от нощувки за 2014 г. Пловдив е на четвърто място след София, Несебър и Варна, изпреварвайки Банско и Смолян.

Посещенията на туристически обекти в Пловдив през същата година е нараснал с 11%, като очакванията са през 2015 г. този процент да се повиши

значително поради откриването на нови уникални за България туристически забележителности като Малката раннохристиянска базилика, реконструирания Римски стадион и 3D представянето на обекта.

Ръст от 39% бележат посещенията на български и чуждестранни туристи в туристическите информационни центрове през 2014 г.

Спечелената от град Пловдив титла Европейска столица на културата 2019 и богатата културна програма, свързана с нея, дават основание да се очаква устойчив ръст на туристите през следващите години. Статистическите данни за туризма за 2013–2014 г. и първото осеммесечие на 2015 г. показват устойчив ръст по много от показателите и са основа за оптимистична прогноза за една силна година за туризма в Пловдив и областта.

ИЗВОДИ

1. Анализът на състоянието и развитието на туризма в област Пловдив дава основание за извода, че туризмът е елемент от интегрираното и пространствено планиране и развитие на областта. Допринася за диверсификацията на всички икономически дейности, създава трудова заетост, мобилизира и привлича местни и чужди инвестиции и изгражда позитивен облик на област Пловдив.

2. На базата на статистическите данни и тяхната обработка можем да заключим, че туристическата индустрия в област Пловдив се развива успешно и може да бъде водеща в устойчивото социално-икономическо развитие на основата на местните ресурси, традиции и културно-исторически дадености.

REFERENCES

Ikonomicheski godishnik region Plovdiv 2010 g., 2011 g., 2012 g., 2013 g., 2014 g. izd. Targovsko-promishlena kamara Plovdiv, 2014.

Marinov, St., 2015. Menidzhmant na turisticheskata destinatsia, Nauka i ikonomika, Varna. ISBN 978-954-21-0838-2.

Natsionalna programa za razvitie na Bulgaria 2020 g. Reshenie № 1057 na Ministerskia savet ot 20.12.2012 g.

Otchet na kmeta na Obshtina Plovdiv, 2014 g.

Programa za upravlenie na obshtina Plovdiv, 2011-2015 g., Obshtina Plovdiv, 2011 g.

Rayoni oblasti obshtini, 2012-2014 g. NSI, Sofia.

Statisticheski godishnik na Bulgaria NSI, Sofia, 2010 g., 2011 g., 2012 g., 2013 g.

Statisticheski spravochnik 2014 g. NSI, Sofia.

Strategia „Evropa 2020“. http://ec.europa.eu/europe2020/index_bg.htm, septemvri 2015 g.

Strategia za ustoychivo razvitie na turizma v Bulgaria 2014-2030. Ministerstvo na turizma, Sofia, 2014 g.

Strategia i plan za ustoychivoto razvitie na turizma v Plovdiv za perioda 2014–2020 g. Obshtina Plovdiv, 2014 g.

Aleksandrov, K., 2014. Rolyata na organizatsiyata za upravlenie na destinatsiyata za razvitie na ustoychiv turizam, Plovdiv.