

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „ДИМИТЪР А. ЦЕНОВ”**  
**ФАКУЛТЕТ „ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС”**  
**КАТЕДРА „ ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА”**

**ИВАЙЛО ЦВЕТАНОВ ПЕТКОВ**

**ПОВИШАВАНЕ**  
**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА**  
**ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ**

**АВТОРЕФЕРАТ**

за присъждане на образователна и научна степен „доктор”

Докторска програма:

„Икономика и управление (туризъм)”

**Научен ръководител:**

**доц. д-р Петя Иванова**

Свищов  
2017

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита на заседание на катедрения съвет на катедра „Икономика и управление на туризма“ при факултет „Производствен и търговски бизнес“ на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - гр. Свищов.

Данни за дисертационния труд:

Дисертационният труд е в обем от 212 стандартни страници, от които увод (6 страници), основен текст, изложен в три глави (153 страници), заключение (5 страници), списък на използваните източници (6 страници), състоящ се от 107 източника (49 на кирилица, 38 на латиница и 20 интернет страници) и 14 приложения (38 страници). Основният текст съдържа 25 фигури и 35 таблици. Приложена е декларация за достоверност и оригиналност.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 27.03.2018 г. от 14:00 ч. в Заседателна зала Ректорат на СА „Д. А. Ценов“.

Материалите по защитата са на разположение в отдел „Докторантура и академично развитие“.

## **I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

### **1. Актуалност на изследването**

Съвременното развитие на туристическите дестинации е в резултат на редица фактори, но също се влияе и от нарастващата вискателност на туристическите потребители. Ценностите на съвременния потребител се определят от наличието на свободно време, стремежа към здравословен начин на живот, от наличието на повече социални контакти, както и от необходимостта да се живее по-активно и природосъобразно. Развитието на съвременните технологии и последните постижения на научно-техническия прогрес са ключови фактори, които осигуряват растеж, висока производителност и конкурентоспособност на туристическите дестинации.

Формират се нови модели за конкурентоспособност, в рамките на които конкурентоспособността се проявява като социална идеология, насочена към разработване на конкурентни предимства на всички нива на управление – макро-, мезо- и микроравнище.

Силната конкуренция на международния туристически пазар е със значим ефект за развитието и повишаването на конкурентоспособността на българския туристически продукт, в това число и на ниво туристически район.

В зависимост от новите измерения на конкурентоспособността, търсенето на решения за повишаване ѝ в туризма е въпрос, който изисква перманентно изследване и актуализиране.

Акцент към тематиката, свързана с възможностите за повишаване конкурентоспособността на туристическата дестинация, са начините за моделиране, новаторските идеи в управлението и повишаване ефективността на процесите, обслужващи потребителите, предприятията и много други елементи. Тези възможности и тяхната реализация са изключително важни и служат като основа за вземане на управленски решения, свързани със способността на дестинацията да изгради една цялостна и дългосрочна визия за стопанската си дейност, във връзка с динамично променящата се пазарна конюнктура и да предложи на пазара конкурентоспособен продукт.

В развитието на българския туризъм през последните години заедно с положителните резултати се наблюдават и известни проблеми, на които чрез задълбочения анализ в дисертационния труд се обръща особено внимание.

Туристическият продукт и нивото на обслужване, предложено на потребителите, са изключително важни за конкурентоспособността на туристическата дестинация. Те трябва да отговарят на непрекъснато изменящите се потребности и интереси на туристите и да осигуряват високи икономически ползи.

Основната идея на разработване и утвърждаване на Концепцията за туристическо райониране на България е обособяване на райони в туристически дестинации, предлагащи конкурентоспособен продукт. Във връзка с това се откроява и актуалността на дисертационния труд, посветен на изследване конкурентоспособността на туристическа дестинация на равнище туристически район, съобразно Концепцията за туристическо райониране. Резултатите от едно такова изследване са в унисон със стремежите на националното управление да диверсифицира българския туристически продукт посредством развитие на конкурентоспособни регионални продукти и регионална туристическа политика.

Актуалността на темата произтича и от факта, че Концепцията за туристическо райониране на България е приета и утвърдена през 2015 г. (окончателен проект) и целите на тази концепция са да създаде конкурентоспособни и разпознаваеми туристически райони. В този смисъл настоящото изследване е необходимо и полезно както в теоретичен така и в практикоприложен аспект. Прилагането на мерки вследствие на проведеното изследване в разработката би допринесло за изпълнение на поставените на национално ниво цели и приоритети.

Пред българските дестинации, специализирани в предоставянето на туристически продукт, е налице проблем при: определяне на конкурентните предимства, които допринасят за формирането на конкурентоспособна регионална икономика; изграждането на ефективна система за нейното функциониране, която ще укрепи пазарните позиции на всяка регионална организация в туристическата индустрия в частност и по този начин ще допринесе за по-нататъшното развитие на туристическия район като цяло.

На база съществуващите модели, адекватни за съвременното развитие на туризма, изграждаме такъв, който е приложим за изследване на дестинация на ниво район и по-конкретно район Дунав и район Тракия (Концепция за туристическо райониране, 2015). Стремежът е тези два района да развиват културен туризъм, а към настоящия момент страната ни се стреми да се рекламира посредством него.

## **2. Цел и задачи на изследването**

**Целта** на дисертационния труд е, посредством обобщаване и систематизиране на съществуващите теоретични постановки и изграждане на методика, да се изследва конкурентоспособността на равнище туристически район и да се формулират научнообосновани начини за нейното повишаване.

**Основни задачи**, свързани с определената цел:

1. Систематизиране на отличителните характеристики на туристическата дестинация, съдържанието и елементите на предлагания от нея продукт и факторите, определящи нейната конкурентоспособност;
2. Обобщаване и обогатяване на теоретичните постановки, посветени на конкурентоспособността на туристическа дестинация;
3. Изграждане на система от критерии и показатели, приложими за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическа дестинация на мезоравнище;
4. Разработване на теоретичен модел на конкурентоспособността на туристическа дестинация, включващ алгоритъм на изследване и ситуационен анализ;
5. Апробиране на модела и анализ на резултатите за изследваните дестинации - район Дунав и район Тракия;
6. Анализирание в сравнителен аспект конкурентоспособността на туристическия продукт, предлаган от район Дунав и район Тракия;
7. Извеждане на насоки за развитие и формулиране на препоръки за повишаване конкурентоспособността на предлагания продукт от район Дунав и район Тракия.

## **3. Обект и предмет на изследването**

**Обект** на изследване са туристическите дестинации на мезоравнище и спецификата им от гледна точка на специализацията им. Възприето е разбирането, че туристическа дестинация е конкретно определена територия, разполагаща с правна рамка за функциониране, както и с подходяща система за управление. Освен това характеристики на туристическата дестинация са наличието на опит и традиции, в резултат на което тя поддържа и постига определена конкурентоспособност на туристическия пазар.

Конкретизирано е, че при избора на туристическа дестинация обект на изследване е район Дунав, който според Концепцията за туристическо райониране на България е определен за развитие на културен и круизен туризъм. Той е най-големият по площ и брой общини, но най-слабо развит по общи оценки на икономическите показатели за конкурентоспособност. Избран е да бъде сравнен с район Тракия, тъй като неговата основна специализация според Концепцията за туристическото райониране е свързана с развитие основно на културен и винен туризъм.

И двата района – обект на изследване – са с основна специализация културен туризъм. Този вид специализиран туризъм се характеризира с практически целогодишно практикуване, добър имидж и икономически ползи. В тази насока е и националната рекламна политика, което е в подкрепа на актуалността и полезността на настоящото изследване.

**Предмет** на изследване е конкурентоспособността на туристическия продукт на дестинацията на мезо равнище чрез разработване на модел. Постоянно нарастващите изисквания на туристическия пазар увеличават силата на конкуренцията между пазарните участници. Туристическото търсене е променливо, което се отразява на регионалния туристически продукт, като го прави бързо заменяем. За да бъде предпочетен продуктът на туристическата дестинация и в частност този на районите Дунав и Тракия, той трябва да притежава висока конкурентоспособност. Това налага да бъде изследвана конкурентоспособността на туристическата дестинация, да се определят източниците на конкурентни предимства и да се установи точното им проявление.

#### **4. Методологически инструментариум на изследването**

За целите на изследването е използван разнообразен **методологически апарат**. Инструментариумът е вследствие от прилагането на интердисциплинарния научен подход поради сложната социално-икономическа същност на туризма като цяло и от проблема за конкурентоспособността в конкретност. В дисертационния труд детайлно са проучени теоретичните основи на конкурентоспособността на туристическата дестинация. Теоретико-методичната част на изследването се базира на извършено проучване на голям брой литературни източници, в резултат на което са направени основни изводи и обобщения. С цел

анализиране и представяне на събраните по изследваната тема данни са използвани сравнителният и историческият метод на изследване, експертният метод, както и диференцираният метод за оценка за извеждане на обобщен комплексен показател за изследваните обекти. За оценка на показателите на конкурентоспособността на туристическа дестинация е приложен аналитичен подход, основаващ се на собствени изчисления от автора. Приложени са също така и методът на структурния и този на динамичния статистически анализ, както и методът бенчмаркинг. За нуждите на изследването са използвани първични и вторични данни. Обобщаването на събраната първична информация е на база прилагането на различни количествени и качествени техники като наблюдение и директна комуникация включваща анкети.

## **5. Основна изследователска теза и подтези на изследването**

В настоящият дисертационен труд се защитава **тезата**, че вследствие въздействието върху определени параметри, сфери, стълбове, обосноваващи конкурентоспособността, се формират конкурентните предимства и е възможно да се повиши конкурентоспособността на туристическата дестинация.

Идентифицирането на тези индикатори поражда необходимостта от задълбочено им проучване и анализиране.

Стъпките за оценка, необходими за доказване на тезата включват няколко основни твърдения:

**Подтеза 1.** Подобряването на основните критерии и показатели, характеризиращи конкурентоспособността на дестинацията, може да се постигне чрез въздействие върху факторите, които я обуславят.

**Подтеза 2.** Значим фактори за успех в туристическата индустрия са човешките ресурси. Обучението им и тяхната квалификацията са пряк път за постигане на конкурентно предимство и повишаване на конкурентоспособността на туристическата дестинация.

**Подтеза 3.** Моделирането на определени функции в управлението отразяват промените в организацията на туристическите предприятия. Подобряването на връзката с потребителите, повишава равнището на удовлетворение от туристическите услуги и следователно повишава конкурентоспособността.

Подтезите на изследователската теза дават отговор на следните въпроси: кои са основните критерии и показатели, определящи конкурентоспособността на туристическата дестинация и до каква степен тяхното подобряване е важно условие и възможност за нейното повишаване? Какви препоръки за подобряване на критериите и показателите за конкурентоспособност са подходящи и са приложими в структурата на туристическия продукт.

След извеждането на тезата и подтезите обуславяме **антитезата** в дисертационния труд. След като въздействаме само върху критериите и показателите, определящи конкурентните предимства, това не е условие за повишаването на конкурентоспособността на дестинацията.

## **6. Трудности при анализа в изследването**

При анализа и оценката на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия се установиха някои **трудности при анализа**, свързани с начина на събиране на вторични данни, в частност необходими за провеждането на количественото изследване. Провеждането на анализа е затруднено от обстоятелството, че статистическите данни, оповестявани от НСИ, са групирани по райони, които не съвпадат с туристическите. Извършването на аналитичната работа е свързано с набиране, обработка и анализ на по-детайлна информация за изследваните показатели по общини. Това налага прегрупиране на тези данни по туристически райони.

## **7. Основни информационни източници**

Анализирани и проучени са значителен брой литературни източници, информационна база данни от Националния статистически институт, извършен е преглед на специализирани издания на български и международни туристически организации, актуални издания и каталози на туристически предприятия в изследваните туристически райони. Извършена е консултация със специалисти от практиката в сферата на туризма. Проучена е информация от



интернет, както са изведени и собствени авторски изследвания, свързани с разглежданата проблематика.

## **8. Съдържание на дисертационния труд**

### **УВОД**

#### **ГЛАВА ПЪРВА. Теоретични основи на конкурентоспособността на туристическа дестинация**

##### 1. Същностна характеристика на туристическа дестинация

###### 1.1 Понятие за туристическа дестинация

###### 1.2 Обща характеристика на туристическите дестинации – район Дунав и район

Тракия

##### 2. Съдържание на продукта на туристическата дестинация

##### 3. Особености на конкурентоспособността на туристическа дестинация

#### **ГЛАВА ВТОРА. Методологична рамка за изследване на конкурентоспособността на туристическа дестинация**

##### 1. Традиционни и съвременни модели за изследване на конкурентоспособността на туристическата дестинация

2. Селектиране на система от количествени и качествени критерии и показатели за анализ и оценка на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия

3. Методи за анализ и оценка на конкурентоспособността на изследваните туристически дестинации

4. Модел за анализ и оценка на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия

#### **ГЛАВА ТРЕТА. Възможности за повишаване на конкурентоспособността на туристическа дестинация**

##### 1. Анализ и оценка на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия

2. Сравнителен анализ и оценка на конкурентоспособността на изследваните туристически райони

3. Изводи, насоки и препоръки за повишаване на конкурентоспособността на изследваните туристически райони

3.1 Изводи и насоки за повишаване на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия

3.2 Препоръки за повишаване на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия

Заклучение

Използвани източници

Приложения

Декларация за достоверност и оригиналност

## **II. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

### **ПЪРВА ГЛАВА**

#### **Теоретични основи на конкурентоспособността на туристическа дестинация**

В първа глава са направени теоретичен преглед и анализ на конкурентоспособността на туристическа дестинация. Изведени са същностните характеристики на туристическата дестинация както и особеностите, свързани със съдържанието на продукта и конкурентоспособността ѝ. Въз основа на това в изследването е очертана рамка, около която се търсят отговори на поставените изследователски въпроси, и в края на изследването се извеждат насоки и препоръки за повишаване конкурентоспособността на изследваните дестинации, район Дунав и район Тракия (според Коценцепцията за туристическо райониране на България, 2015 г.).

#### **Точка 1. Същностна характеристика на туристическа дестинация**

##### **1.2. Понятие за туристическа дестинация**

Теоретичният анализ в първа глава започва с определянето на понятието туристическа дестинация, която е обособен район, характеризиращ се с определени туристически дадености, характерни особености и атрактивни места, които се отличават със способността си да привличат туристи и са фактор за генериране на туристическо търсене.

Анализирани са определения на понятието „дестинация” от автори като: С. Маринов, М. Воденска, М. Рибов, М. Нешков, С. Ракаджийска, S. Medlik, G.Schroeder, J. Valls, C. Gunn.

Отбелязано е, че туристическата дестинация е винаги пространствено конкретизирана, като тя може да бъде страна, регион или селище, в което има наличие на туристически атракции, материално-техническа база и предприятия, които организират обслужването на посетителите. Накратко казано, става дума за „целево място, място на предназначение или целева местност” (Schroeder & Guenter, 1995). В тях са концентрирани туристически атракции, местата за настаняване и други удобства и услуги за туристите.

Пространственото определяне на туристическата дестинация може да варира в широки граници: от съвкупност на няколко туристически зони или местности до отделен курорт или единичен обект, но при всеки случай тя се избира от съответния посетител като „цел на

туристическото му пътуване” (Воденска, 2006) и е необходимо да разполага с нужните за престоя места за настаняване, хранене, развлечения и други туристически дейности.

Освен в географски и пространствен аспект туристическата дестинация е разгледана и като рекреационна система в нейната териториална и функционална цялост. Посочени са основните съставни елементи, определени като подсистеми, които са туристически контингент, природни и културни комплекси, технически системи, обслужващ персонал и органи на управление.

Основните съдържателни елементи на туристическата дестинация, влияещи върху нейната привлекателност, са обособени във: вида на предлаганите атракции; наличието на ресурси, които са необходими за реализирането им; достъпност до самата дестинация; цената, на която може да се придобие комплексният туристически продукт.

## **2.2. Обща характеристика на туристическите дестинации – район Дунав и район Тракия**

След като конкретно и съдържателно се обосновава тълкуванието на понятието туристическа дестинация, в тази точка анализът попада върху избор на конкретна дестинация, като се извежда обща характеристика на туристическите дестинации – район Дунав и район Тракия. Двата района са представени като територия, брой общини, наличие на туристически ресурси.

В изследването направено в дисертационния труд, едната дестинация се сравнява с конкурентна на нея спрямо Концепцията за туристическо райониране на България по необходимите показатели за анализ и оценка за конкурентноспособността. На тази база се избира, туристическа дестинация район Дунав да бъде сравнена с район Тракия.

Изследва се район Дунав като район с голяма територия, но в същото време слабо развит в туристическо отношение. Най-подходящо е да се сравни с район Тракия, който е с подобна специализация.

Основната специализация на **район Дунав е културен и круизен туризъм**. Негов център е **гр. Русе**.

В този туристически район съществуват условия за популяризирането на културно-историческия туризъм, речния - круизен туризъм, приключенски и екотуризъм, градски

развлекателен и шопинг туризъм, винен и кулинарен туризъм и религиозен и поклоннически туризъм.

**Район Тракия** – при него акцентът попада върху промотирането на **културния и винения туризъм**. Всички видове делови туризъм; градски развлекателен и шопинг туризъм, здравен туризъм, приключенски и екотуризъм са подспециализациите на район Тракия.

Направен е **извода**, че район Дунав е с потенциал за развитие на културен туризъм. Точно този вид туризъм е и във фокуса на развитие на национално ниво. Другият район с такава специализация е район Тракия. По тази причина те могат да бъдат съпоставяни, сравнявани и затова са избрани в дисертационния труд да бъде оценявана конкурентоспособността им.

## **Точка 2. Съдържание на продукта на туристическата дестинация**

Задълбочено и последователно са определени особеностите на продукта, предлаган от туристическата дестинация, който както в концепцията за туристическа дестинация, така и в системата на туризма е определящ за конкурентоспособността.

За целите на настоящия дисертационен труд е обобщено определение за продукт на туристическата дестинацията, който по своята същност е комплексен, с преобладаващ дял на услугите. Той се произвежда от предприятия на територията на туристическата дестинация и се характеризира със специфична технология на обслужване. Потреблението на продукта е специфично и е резултат от индивидуалния характер на потребностите на туриста, формирани под влияние на такива фактори като традиции, мода и имидж.

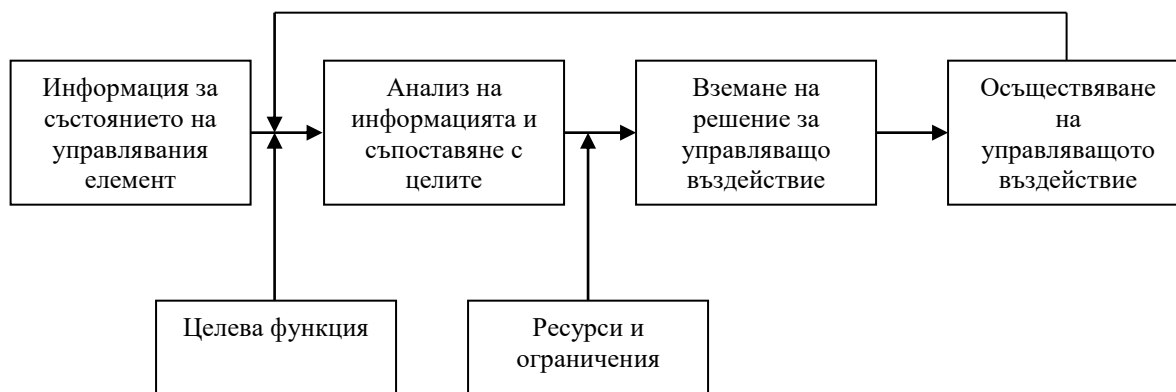
В маркетингов смисъл туристическият продукт следва да се дефинира на три равнища.

- Макроравнище – тук се определя туристическият макропродукт;
- Микроравнище – определя се туристическият микропродукт;
- Мезоравнище – определя се на ниво регион.

Съобразно конкретните задачи в дисертационния труд продуктът на туристическата дестинация е изследван в структурно отношение.

Отбелязва се, че туристическата дестинация е управляема система. Някои от елементите на туристическия продукт обаче се характеризират с процеси на саморегулация. За успеха в управлението на туристическата дестинация и за поддържане и повишаване на нейната конкурентоспособност е необходимо, институциите от публичния и частния сектор да обединят и кординират своите усилия. От степента на изпълнение на задачата се определя и нейната ефективност.

Механизмът на управление на туристическата дестинация е представен на фиг. 1.



Фиг.1. Механизъм на управлението на туристическа дестинация

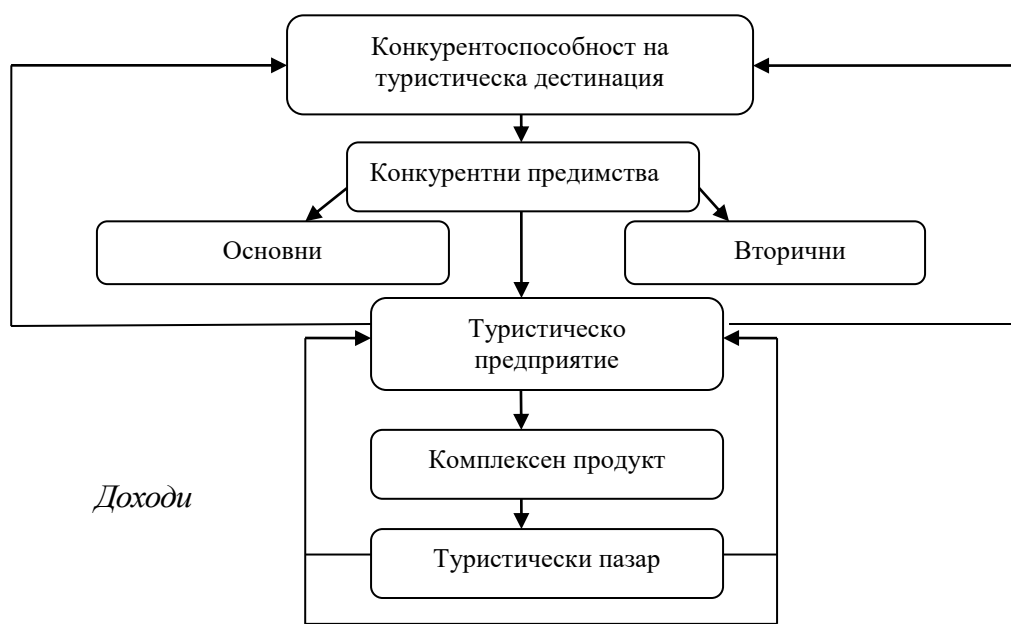
Източник: Съставено по Маринов, С. Маркетингово управление на конкурентоспособността на туристическата дестинация. Варна, Славена, 2006.

След като в логическа последователност се изяснят същностните характеристики на туристическата дестинация и структурата на нейния продукт, се прави изводът, че управлението на конкурентоспособността на продукта е възможно само ако се познават неговите елементи и отличителни характеристики. Особеностите на продукта на дестинацията спомагат за разкриването на факторите и индикаторите, които въздействат върху неговата конкурентоспособност на микроикономическо равнище.

Интерпретацията на цитираните определения позволява да се обобщи, че конкурентоспособността на продукта на туристическата дестинация е, способността да се създадат и предложат такива продукти и услуги, които да завоюват и отстояват силна позиция спрямо конкурентите.

### **Точка 3. Особенности на конкурентоспособността на туристическа дестинация**

Обобщено е, че с цел правилното определяне на конкурентоспособността на дестинацията са изследвани основните факторите, които я обуславят. Конкурентоспособността на туристическата дестинация зависи от определени базисни и второстепенни фактори, които се превръщат в стратегически или тактически конкурентни предимства. Те биват реализирани в туристическото предприятие, което се проявява чрез предлагането на диференциран туристически продукт. Продажбата на туристическия продукт, притежаващ конкурентно предимство, позволява получаването на доход (фиг. 2).



Фиг.2. Модел за превръщането на факторите за конкурентоспособност в ефект за туристическата дестинация

Източник: Съставено от автора по Фатхутдинов, Р. А. Стратегически мениджмент, 2004.

В хода на изложението в дисертационния труд се определят факторите, влияещи върху конкурентоспособността на туристическата дестинация и на продукта на дестинацията.

За да се постигнат устойчиви конкурентни предимства, е необходимо да се повиши квалификацията на управленския и на изпълнителния персонал в туристическата дестинация.

Чрез иновациите и прилагането на съвременни информационни технологии, добрата фирмена стратегия както и чрез модернизирването на оборудването в дестинацията се постига възможност за конкурентоспособна среда за развитие на дестинационния продукт.

**В резултат на теоретичните обобщения, направени в първа глава, се извежда следното:**

- Туристическата дестинация може да бъде изследвана на различно равнище и представлява страна, регион или селище, което разполага с туристически атракции, материално-техническа база и предприятия, които определят организационния процес, свързан с обслужването на посетителите в дестинацията;

- Общата характеристика на район Дунав и район Тракия показва, че те имат ресурси и потенциал за развитие на туризъм, в частност културен туризъм, който потенциал следва да бъде подходящо оползотворен;

- Управлението на конкурентоспособността на продукта е възможно само ако се познават неговите елементи и отличителни характеристики. Особеностите на продукта на дестинацията спомагат за разкриването на факторите и индикаторите, които въздействат върху неговата конкурентоспособност на мезоравнище;

- Конкурентоспособността това е способността на дестинацията да обезпечи високо ниво и качество на туризма, съответстващо на националните и световните стандарти, базирано на иновационния подход чрез използване на наличния ресурсен потенциал.

## ВТОРА ГЛАВА

### МЕТОДОЛОГИЧНА РАМКА ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ

Във втора глава са анализирани основните традиционни и съвременни модели за изследване на конкурентоспособността. Селектирана е система от количествени и качествени критерии и показатели за анализ и оценка на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия. Приложени са и методите за анализ и оценка, както и модела за конкурентоспособност. Допълнено към методиката за изследване на двата туристически района е прилагането на специфични критерии за оценка и анализ на конкурентоспособността им.

#### **Точка 1. Традиционни и съвременни модели за изследване конкурентоспособността на туристическата дестинация**

Извършен е преглед на основните модели за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическата дестинация.

Разгледани са моделите на авторите Crouch, Ritchie, L. Dwyer, Yooshik, Mathew, Heath, Маринов, Kim, Рибов и моделът на Световният икономически форум за конкурентоспособност на туристическите дестинации. Със сериозно значение за разработката са системният модел за управление на конкурентоспособността на туристическа дестинация на **С. Маринов**, моделът на **М. Рибов**, както и основни стълбове и субиндекси от **модела на Световния икономически форум**.

Изведено е определение, че моделът представлява сложен обект с определени характеристики, на който съответстват елементи на оригинала. В зависимост от степента на изследване се определя степента на адекватност на модела. Моделът се явява копие или абстрактно отражение на основните характеристики на изучавания процес или явление. Колкото по-близко копие на реалния обект е моделът, толкова по-точни са получените впоследствие резултати (Иванова, 2008).

**С. Маринов** разработва системен модел на туристическата дестинация, като подрежда елементите на модела в зависимост от тяхното значение за привлекателността на дестинацията. Като „първични източници” на туристическа привлекателност се определят



туристическите ресурси. Останалите елементи авторът определя като „вторични”. Те са производни компоненти на системата и включват: инфраструктура, туристическа суперструктура, туристическа индустрия, институционална среда, достъпност, имидж, разходи за престой (Маринов, 2006).

Чрез моделът си **М. Рибов** създава собствена теория за качеството на туристическия продукт и управлението на конкурентоспособността в туризма. **Рибов** извежда критерии и показатели за качеството на туристическия продукт и се систематизира методология за оценка, контрол и управление на това качество. Обект на изследване са туроператорската и агентската дейност и нейния продукт. Според него са групирани 5 основни групи критерии и показатели за оценка на качеството на конкретен хотелски обект.

Съгласно **М. Рибов** изброените показатели са основа за изчисляване на обобщен комплексен показател за конкурентоспособност (Рибов, 2003).

**Моделът на Световния икономически форум (WEF, 2011)** отчита измерването на конкурентоспособността в три величини, образуващи три субиндекса с 14 елемента, с по 72 променливи. Индексът е измерител на факторите, които правят туристическите дестинации привлекателни за туристите и които поощряват развитието на бизнеса в областта на пътуванията и туризма в 138 страни в света. Разработен е в тясно сътрудничество със Световната туристическа организация, Световния съвет за пътуване и туризъм, както и с други организации, партньори на WEF. Индексът се основава на 3 основни категории или **субиндекси**.

За изчисляване на индексите се използват първични и вторични данни от анкетно проучване на ръководни кадри и от различни туристически организации.

Всеки от субиндексите се състои от няколко т.нар. стълбове на конкурентоспособността на туризма.

## **Точка 2. Селектиране на система от количествени и качествени критерии и показатели за анализ и оценка на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия**

Анализът и оценката на конкурентоспособността на туристическата дестинация е от съществено значение за определяне на нейното текущо състояние, за сравнение с конкурентни дестинации, както и при избора ѝ на стратегия за развитие.

Първият от разгледаните критерии за конкурентоспособност включва **туристическите ресурси на дестинацията**.

Вторият от разгледаните критерии за анализ и оценка на туристическата дестинация е туристическата **материално-техническа база**. Към нея спада **туристическата инфраструктура**.

Като втори подкритерий на **материално техничката база** е туристическата **суперструктура**.

От особено значение за оценката на конкурентоспособността на продукта на дестинацията е критерият **номенклатура и асортимент**.

Важен за конкурентоспособността на дестинацията е критерият **качество на пребиваване**.

Много важен критерий, свързан с оценката на конкурентоспособността на туристическата дестинация е **цената**. За да достигне най-висока цена спрямо конкурентите си, производителят съпоставя качеството на собствения си продукт с останалите.

Изследването на конкурентоспособността на туристическата дестинация води до критерия **приоритетност на туризма**.

Следващият критерий, който е анализиран в дисертационния труд, е **качеството на комуникациите**.

Оценката на конкурентоспособността се извършва и на база критерия **човешки ресурси**, който е свързан с качеството на образованието и подготовката на квалифицирана работна ръка за туризма.

Другият критерий, който се използва за оценка на конкурентоспособността е **безопасността и сигурността** на туристическата дестинация.

**Екологичните изисквания** се определят, като се отчете тяхното негативно въздействие върху околната среда.

Критерият **екологичност** има актуално значение за устойчивото развитие на дестинациите, както и благоприятства за създаване на конкурентно предимство.

Разгледаните критерии и показатели за конкурентоспособност на туристическата дестинация са допълнени с група от критерии, специфични при изследване конкурентоспособността на определена дестинация. Те включват критерии и съответстващите им показатели за релеф и климат.

### **Точка 3. Методи за анализ и оценка на конкурентоспособността на изследваните туристически дестинации**

Извършена е класификация на основните методи за анализ и оценка в зависимост от различни фактори. В зависимост от периода на оценката на конкурентоспособността се разглеждат две основни групи методи. Първата от тях съдържа **статичните методи** за оценка. За тях е характерно, че са приложими за сравнително кратък период, като оценката на конкурентоспособността се прави към определен базов момент. Втората група обхваща **динамичните методи** за оценка, които разглеждат конкурентоспособността на предприятието в динамика и за по-дълъг период.

Разгледани са и други критерии за класификация на методите за оценка на конкурентоспособността – **според базата за сравнение** и **в зависимост от технологията на построяване**.

Отделено е внимание на типологизацията **в зависимост от характера и обработката на информацията**. При нея методите се подразделят на **количествени, качествени и сравнителни** методи за оценка на конкурентоспособността (Владиминова, 2005).

Във връзка с конкретните цели на изследването е определена **скалата на измерванията**. Тя е дефинирана като ограничен ред от числа или вербални характеристики, които се поставят в еднозначно съответствие с измерваните признаци и с начина на тяхното изразяване.

Съществуват и методи според степента на обобщеност:

- **Обективни методи;**
- **Евристични методи.**

Разгледан е **диференцираният метод**, който се основава на използването на единични показатели за конкурентоспособност.

В случаите, когато е необходимо, при оценяването на конкурентоспособността алгоритъмът да съдържа един или повече показатели, но крайният резултат да се изразява в едно число, използваме **комплексния метод**. Методът се основава на базата на показатели, оценка на абсолютните им стойности, определяне на базови стойности, избор на относителни показатели, изчисляване на коефициент на значимост на показателите, извеждане на комплексна оценка и обобщаване на комплексен показател (Рибов, 1998).

За изясняването на комплексните показатели е приет **параметърът на значимост** на критериите, както и на единичните показатели. По-конкретно е използван коефициентът на значимост в средните статистически претеглени величини.

**Комбинираният метод** се базира на прилагането на диференцирания и комплексния метод.

Представен е и **експертният метод**, към който се прибъгва, когато прилагането на други методи е свързано с големи трудности или е невъзможно. Експертният метод се основава на мнението на група висококвалифицирани специалисти или на водещ експерт, който е специалист в изследваната област.

Детайлно е представен **социологическият метод**, свързан с анкетните проучвания. Значението му е илюстрирано от **Bosold**, който правилно отбелязва, че „постоянното адаптиране към тенденциите в търсенето предполага да знаем и периодично да обновяваме знанията си за това, кои са нашите туристи, откъде идват те, какво търсят при нас, от какво са доволни и от какво са недоволни и доколко нашето предлагане може да удовлетвори техните потребности” (Bosold, 1988).

Направен е **извод**, че постигането на устойчиви конкурентни предимства може да стане само при умело комбиниране на различните методи въз основа на конкретните условия в туристическите дестинации, както и особеностите на средата, в която те функционират.

#### **Точка 4. Модел за анализ и оценка на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия**

Приложен е модел за анализ и оценка на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия. Обобщено е, че системата от количествени и качествени показатели, която е използвана за целите на настоящото изследване, изисква да се приложи комбиниран подход за определяне влиянието на отделните индикатори. По отношение оценката на конкурентоспособността на туристическата дестинация трябва да се отбележи, че тя отразява способността на туристическите предприятия да реализират по-добри стопански резултати в сравнение с предприятия, които работят на територията на конкурентни дестинации.

С помощта на прилагането на подходящ алгоритъм се определят етапите, които да се следват, за да се изведе комплексна оценка за конкурентоспособност на туристическата

дестинацията в определен момент. За целите на настоящото изследване се прилага разработената от С. Маринов система от критерии и показатели, както и алгоритъм за оценка на конкурентоспособността на туристическа дестинация (Маринов, 2015).

Алгоритмът, съставен от Маринов, е използван и адаптиран в настоящото изследване и се състои от три блока:

Първият изследователски блок е свързан с разкриване на възможностите и заплахите, които се съдържат във външната, глобалната, регионалната и локалната среда на туристическата дестинация.

Вторият изследователски блок се основава на определянето на условията на вътрешната среда на дестинацията. Необходимо е да се анализират и оценят природните, антропогенните ресурси, ролята на публичния сектор.

Третата част на изследователския алгоритъм е свързана с количествената оценка на конкурентоспособността на туристическата дестинация, спрямо нейните конкуренти. Изследователският блок е свързан с установяването на измерими характеристики на дестинацията, които да определят конкурентоспособността ѝ. На тяхна основа се определя конкурентоспособността на дестинацията (Pizam, 1994).

В тази част е направена съпоставка на качествените оценки на конкурентоспособността на туристическата дестинация по групи заинтересовани субекти (местна туристическа индустрия, неправителствени туристически организации, туроператори) и по групи показатели за конкурентоспособност в сравнение с основните конкуренти. Основната цел е да се формира обобщен комплексен показател за качествена оценка на конкурентоспособността на туристическата дестинация, който да се сравни с нейните основни конкуренти.

Решаването на така поставените задачи изисква определяне и групиране на количествените и качествените показатели за конкурентоспособност на туристическата дестинация, както и осигуряване на първична информация чрез емпирично социологическо изследване за оценка на конкурентоспособността. Тя се набавя с помощта на предварително подготвена анкетна карта, в която респондентите изразяват своето мнение за дестинацията по всеки един от посочените показатели.

В представения модел от критерии и показатели, са систематизирани определени чужди авторски разработки и са поставени като измерители определени нови показатели, които са актуални и значими за целите на настоящото изследване (Таблица 1).

**Таблица 1**

**Критерии и показатели за конкурентоспособност на продукта на туристическа дестинация**

№ по ред	КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА
<b>Критерий 1</b>	<b>Туристически ресурси</b>
Показател 1	Привлекателност на природните забележителности релефа, климата, флората и фауната и автентичност на природата
Показател 2	Привлекателност на историческите, съвременните културни забележителности, специалните събития, националната кухня, както и гостоприемство на местното население в дестинацията
<b>Критерий 2</b>	<b>Инфраструктурата</b>
Показател 1	Показател за достъпа и комуникациите до туристическата дестинация
Показател 2	Показател за комуникациите вътре в туристическата дестинация
Показател 3	Показател за водоснабдяването, електрозахранването, газификацията и други енергийни системи
<b>Критерий 3</b>	<b>Суперструктурата</b>
Показател 1	Показател за вида на конструкцията на туристическата дестинация
Показател 2	Видово разнообразие на местата за настаняване, качество на заведенията за хранене и развлечение, качество на спортно-техническите съоръжения и на обектите от търговската мрежа
<b>Критерий 4</b>	<b>Номенклатурата и асортимент</b>
Показател 1	Показател за основните услуги в туристическата дестинация
Показател 2	Показател за допълнителните услуги, предлагани в туристическата дестинация
<b>Критерий 5</b>	<b>Качеството на пребиваване</b>
Показател 1	Показател за удовлетвореност на туристите в дестинацията
Показател 2	За качество на обслужването
<b>Критерий 6</b>	<b>Цена на туристическия продукт</b>
Показател 1	Показател за цена на туристическия продукт
Показател 2	Показател „качество – цена” на предлаганите услуги в дестинацията
<b>Критерий 7</b>	<b>Приоритетност на туризма</b>
Показател 1	Защита на правата на туристите като потребители, достоверност на информацията за услуги и продукти и др.
Показател 2	Анагажименти към подобряване на инфраструктурата, към опазване на туристическите ресурси
<b>Критерий 8</b>	<b>Качество на комуникациите</b>
Показател 1	Ефективност на рекламата и достъп до онлайн услуги
Показател 2	Имидж на дестинацията
<b>Критерий 9</b>	<b>Човешки ресурси</b>
Показател 1	Качество на образованието и обучението в туризма
Показател 2	Квалифицирана работна ръка
<b>Критерий 10</b>	<b>Безопасност и сигурност в дестинацията</b>
Показател 1	Заплахи от терористични актове, висока степен на престъпност в някои дестинации, поява на нови болести, строителство с ниско качество
Показател 2	Поява на нови болести, строителство с ниско качество
<b>Критерий 11</b>	<b>Екологични показатели</b>
Показател 1	Показател за емисиите от промишлеността и транспорта в дестинацията
Показател 2	Показател за шумовите натоварвания от транспортни средства в дестинацията

Сравнителният анализ и оценка на конкурентоспособността се извършва и по допълнителните критерии за **климат** и **релеф**. Критерият за релеф се отчита от показателите за надморска

височина и най-висока точка на туристическия район. По критерия за климат отношение има показателят за средните годишни температури.

Освен разгледания алгоритъм за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическа дестинация, се направи и **количествена оценка** на изследваните дестинации. За количествена оценка на конкурентоспособността са използвани основни показатели от НСИ като: места за настаняване, легла, легло-денонощия, реализирани нощувки общо, заетост на легловата база, пренощували лица, среден брой нощувки на едно лице, приходи от нощувки.

### **В резултат на направените обобщения във втора глава се извежда следното:**

- Съществува многообразие от традиционни и съвременни модели за изследване на конкурентоспособността на туристическа дестинация. Всеки от тях има предимства и недостатъци, и е приложим за определени случаи. В настоящото изследване е изграден модел, основаващ се на моделите на **С. Маринов, М. Рибов** и **модела на Световния икономически форум**, които са адаптирани към съвременните условия и изследвания обект.

- Адекватното изследване на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия изисква селектиране на комбинация от съществуващите и използвани критерии и показатели в научната литература и организациите, които са най-приложими и съответстват на спецификата на районите и съвременната среда за развитие на туризма в страната.

- При изследване на конкурентоспособността на равнище дестинация се използва разнообразие от статистически методи. За целите на настоящото изследване най-приложими са качествените, количествените, сравнителният, както комбинираният и анкетният метод.

- Моделът за изследване на конкурентоспособността на районите Дунав и Тракия се състои от три блока, като първият включва дефинирането на научноизследователския проблем и определянето на конкурентите, вторият се базира на анализ на външата и вътрешната среда на район Дунав и район Тракия, а третият извежда количествена и качествена оценка по критериите и показателите за конкурентоспособност.

## **ТРЕТА ГЛАВА**

### **ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ**

#### **Точка 1. Анализ и оценка на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия**

На базата на разработен алгоритъм в трета глава от дисертационния труд са направени подробен анализ и оценка на конкурентоспособността на два туристически района според Концепцията за туристическо райониране. Това са район Дунав и район Тракия за периода 2012 – 2016 г.

За да се придобие актуална информация за състоянието на туризма в двата избрани района, е анализирано въздействието на външната и вътрешната среда върху тях, като са отчетени силните, слабите страни, възможностите и заплахите пред район Дунав и район Тракия.

Следващата стъпка при анализа на туристическите дестинации Дунав и Тракия изисква извеждане на критерии и показатели за качествена оценка на конкурентоспособността на туристическата дестинация.

Разработената система от критерии и показатели отразява влиянието на основните фактори, влияещи върху конкурентоспособността на изследваните дестинации.

#### **Метод за набиране на първична информация**

Очитайки интересите, правата и отговорностите на свързаните с туристическата дестинация субекти, като водещи заинтересовани страни се посочват представителите на местната власт, националната туристическа индустрия, туроператори и турагенти, доставящи туристи на туристическата дестинация, и неправителствените туристически организации, анкетираны по метода на отзовалите се.

Анкетираны са 250 респонденти, 100 от тях отказаха участие, а 150 от тях се включиха в изследването. Полученият брой валидни анкети от представителите на всички заинтересовани страни прави изследването изчерпателно и представително.



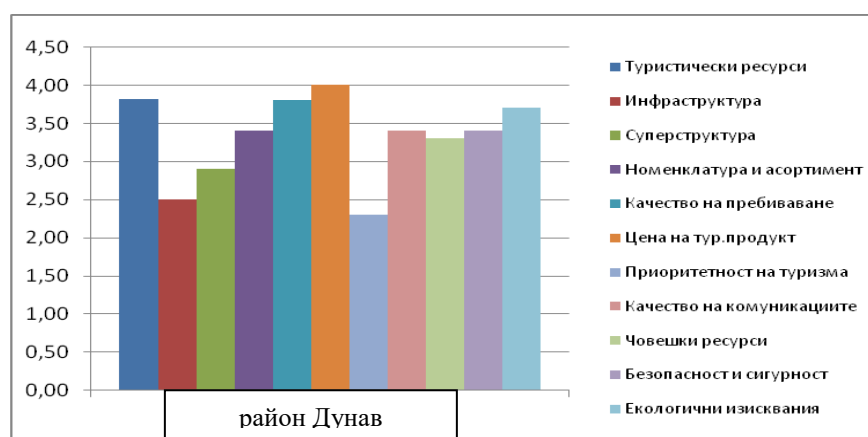
Определящо за избора на този метод е адекватността му по отношение спецификата както на изследваните субекти, така и на данните, които трябва да бъдат получени (оценки по 11 основни критерии).

### Обработка и анализ на данните

Първичните данни от изследването са подложени на статистически анализ чрез изчисляване на честотно разпределение в проценти (относителни тегла) на получените отговори, като за целта е използвана програма за статистическа обработка SPSS.

След това чрез изчисляване на претеглени средни величини по показатели и с помощта на сравнителния анализ се оценяват съответните показатели и се извежда обобщена оценка на конкурентоспособност на туристическата дестинация. За изчисляване на оценките е използвана петобална скала, като 1 е най-ниската оценка, а оценка 5 е най-високата.

За район Дунав са обработени 80 анкетни карти, формиращи оценка за конкурентоспособност за общо 67 общини в района. Въз основа на оценката за конкурентоспособност се извеждат обобщени оценки по 11-те критерии за конкурентоспособност на район Дунав (фиг. 3).



Фиг. 3. Осреднени оценки по критериите за конкурентоспособността на туристически район Дунав

Най-високата експертна оценка район Дунав получава по критерия за конкурентоспособност **цена на туристическия продукт (4.00)**, като основно за подържането

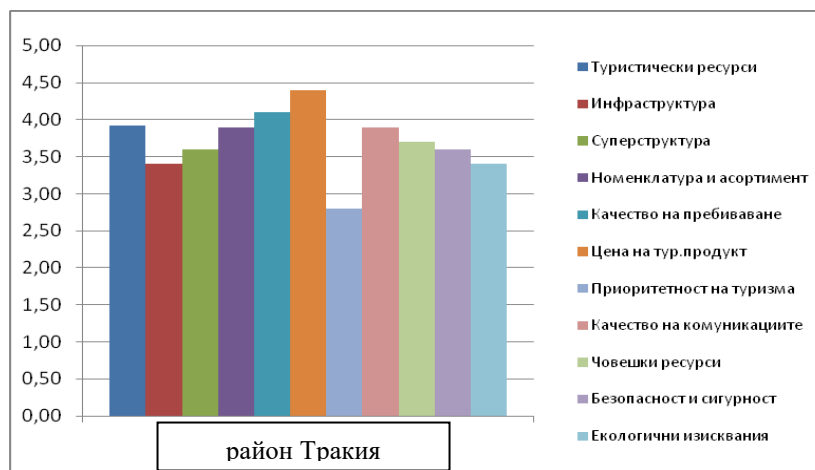
на конкурентното предимство на дестинацията е цената. Най-ниска оценка район Дунав получава по критерия **приоритетност на турзма (2.30)**. По този показател дестинацията изпитва необходимост от по-добро сътрудничество на местните публични власт с частния сектор. Държавата трябва да отделя повече ресурси за планирането, структурирането ръководството и контрола на туристическото развитие. Усилията трябва да се насочат към създаване на благоприятна регулативна рамка на туристическото предприемачество, ефективно управление на маркетинга на дестинацията.

Високи оценки район Дунав получава и по показателите за туристически ресурси, качество на пребиваването, екологични изисквания.

От подобряване се нуждае инфраструктурата и суперструктурата на дестинацията. Това са областите, в които също може да се търсят конкурентните предимства на изследвания район.

### Район Тракия

За него са обработени 70 анкетни карти, формиращи оценка за конкурентоспособност за общо 35 общини в района. Въз основа на оценката за конкурентоспособност, се извеждат обобщени оценки по 11-те критерии за конкурентоспособност на район Тракия (фиг. 4).



Фиг. 4. Среднени оценки за конкурентоспособност на туристическа дестинация Тракия

Най-високата експертна оценка дестинация Тракия получава по критерия за конкурентоспособност **цена на туристическия продукт (4.40)**, като основно за подържането на конкурентното предимство на дестинацията е цената. Най-ниска оценка дестинация

Тракия получава по критерия- **приоритетност на туризма (2.80)**. По този показател дестинацията, както и при Дунав, изпитва необходимост от по-добро сътрудничество на местните публични власти с частния сектор и държавата.

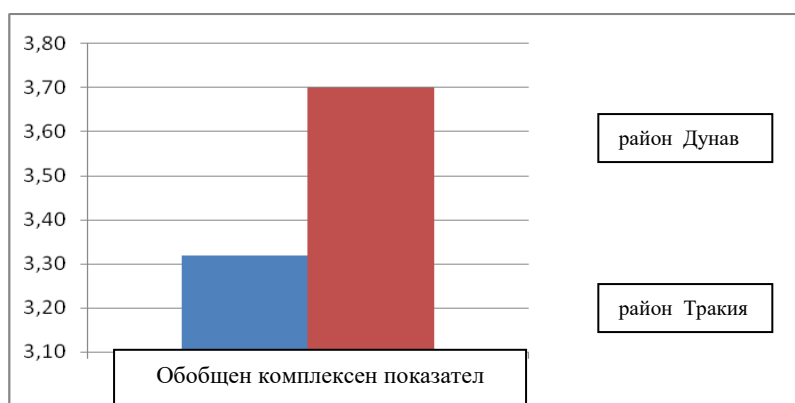
Район Тракия показва по-голяма балансираност в показателите в сравнение с район Дунав.

Сравнителният анализ на район Дунав и район Тракия показва, че туристически район Дунав изостава по критериите, формиращи конкурентоспособност. Данните от изследването ясно показват, че е необходимо по-добро управление на туристическите райони и на процесите в туризма, което ще доведе до повишаване на удовлетвореността на туристите, което аналогично води до увеличаване на притока на туристи и повишаване на конкурентоспособността.

### **Точка 2. Сравнителен анализ и оценка на конкурентоспособността на изследваните райони Дунав и Тракия**

В тази точка са сравнени данните, свързани с оценката по всеки критерий, като се изчислява и обобщен комплексен показател за район Дунав и район Тракия.

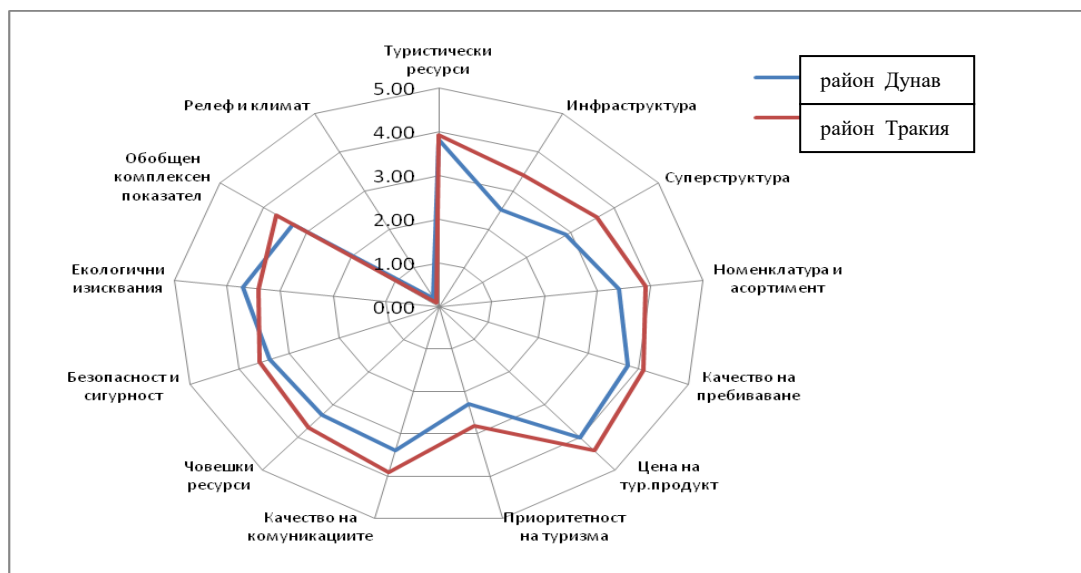
Обобщеният комплексен показател се извежда чрез сбора на 11-те критерия за конкурентоспособност, разделен на техния общ брой (фиг. 5). На фигурата се откроява по-добрата позиция за район Тракия по оценка на обобщения комплексен показател **(3.70)**  $((3.92+3.4+3.6+3.9+4.1+4.4+2.8+3.9+3.7+3.6+3.4)/11)$  спрямо район Дунав с **(3.32)**  $((3.82+2.5+2.9+3.4+3.8+4+2.3+3.4+3.3+3.4+3.7)/11)$ .



Фиг. 5. Обобщен комплексен показател за туристически район Дунав и туристически район Тракия

Анализирайки резултатите от оценката по специфичните критерии за релеф и климат за туристически район Дунав и район Тракия, се забелязва, че по-висока стойност се отчита при район Дунав (**0.22**), следван от район Тракия с (**0.10**).

Представена е и сравнителна графика на двата туристически района по отношение влиянието на всеки един критерии върху комплексната оценка за конкурентоспособност, като са добавени и допълнителните критерии за релеф и климат, изчислени по отделен комплексен показател (фиг. 6).



Фиг.6. Сравнителна графика по 12-те критерия за конкурентоспособност на туристически район Дунав и туристически район Тракия

На фигурата е видно по-доброто конкурентно предимство на район Тракия по 10 критерия, по критериите – **релеф, климат** и **екологични изисквания** район Дунав показва по-добра оценка. Конкурентното предимство на район Тракия се базира на провеждане на повече мероприятия и събития с местно и национално значение, които оказват положително въздействие върху развитието на туризма, повечето инвестиции в района, по-ефективната рекламна кампания и промотирането на района, по-ниската предлагана цена на туристическия продукт, по-висока ресурсна осигуреност, по-добра инфраструктура и суперструктура.

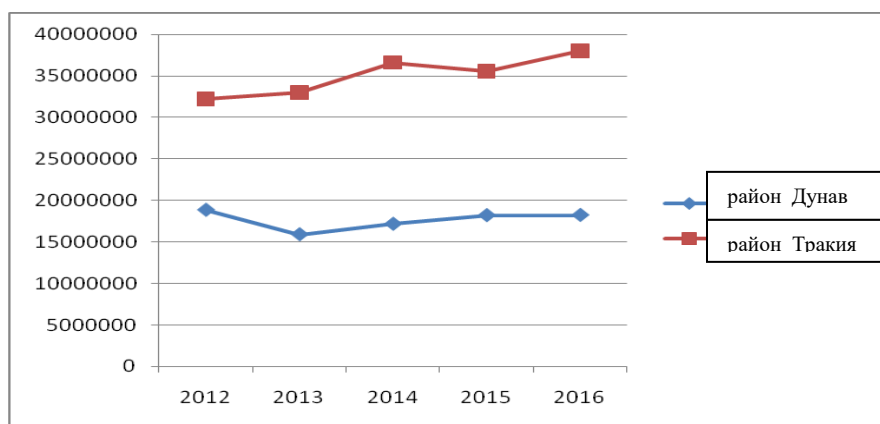
Освен **качественния анализ** на конкурентоспособността на туристическите дестинации Дунав и Тракия в настоящия дисертационен труд анализираме и **количествените критерии** на двата района.

Избраните дестинации като конкретен обект се изследват през периода 2012 – 2016 година. Условието в период на криза определят в известна степен стратегическите управленски перспективи на районите за тяхното бъдещо устойчиво развитие.

Провеждането на анализа е затруднено от обстоятелството, че статистическите данни, оповестявани от Националния статистически институт, са групирани по райони, а не в съответствие с новото туристическо деление на България. Извършването на аналитичната работа е свързано с набиране, обработка и анализ на по-детайлна информация за изследваните показатели – по общини. Необходимо е прегрупиране на тези данни по туристически райони съгласно Концепцията за туристическо райониране на България за район Дунав и район Тракия през периода 2012–2016 г.

В количественото изследване основните използвани показатели за развитие на район Дунав и район Тракия в периода 2012 – 2016 г. са: места за настаняване (бр.), реализирани нощувки (хил. бр.), пренощували лица (хил. бр.), структура на туристите (%), среден брой нощувки от турист (бр.), средна цена на нощувка (лв.), приходи от нощувки (хил. лв.), динамика на приходите от нощувки (хил. лв.).

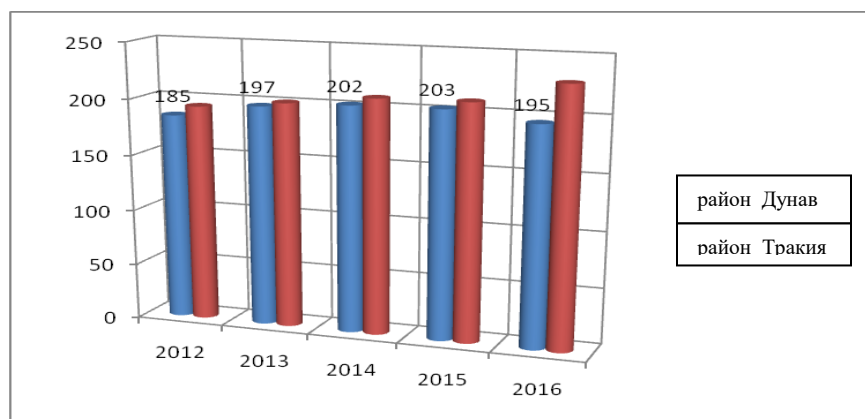
За периода 2012 – 2016 г. район Тракия реализира близо два пъти повече **приходи от нощувки**, като при този показател се наблюдават диспропорции в разпределението. Тенденцията при тренда на разпределението на приходите през годините е с нарастващ знак при район Тракия, а при район Дунав не отчита значителни колебания и запазва приблизително едно и също равнище (фиг. 7).



Фиг. 7. Тренд на разпределението на приходи от нощувки за туристически район Дунав и туристически район Тракия в периода (2012–2016 г.)

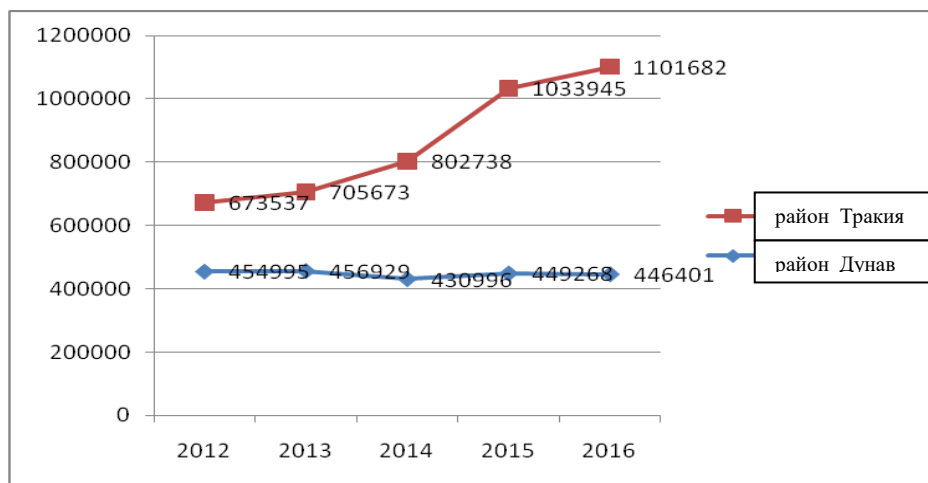
По показателя **места за настаняване** в периода 2012 –2016 г. (фиг. 8) се вижда сравнителна равнопоставеност между двата района. Положително впечатление прави фактът, че от 2012 г. до

2016 г. се наблюдава балансираност при район Дунав. За район Тракия има тенденция към тяхното увеличаване.



Фиг. 8. Места за настаняване в туристически район Дунав и туристически район Тракия за периода (2012 – 2016 г.)

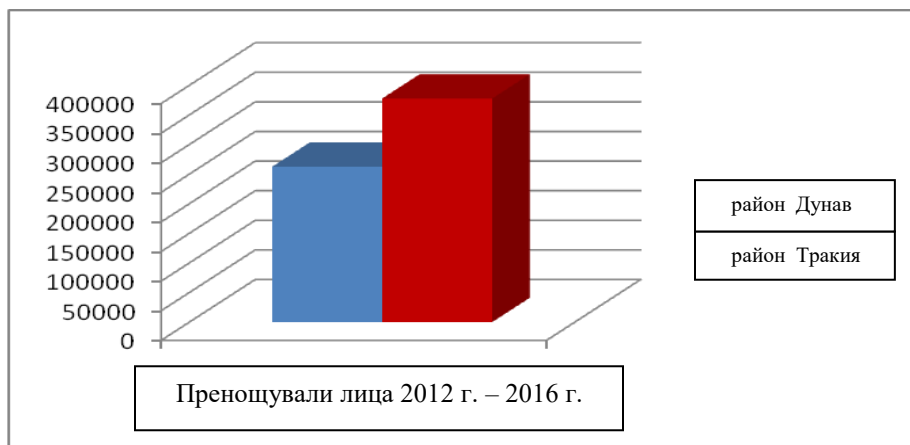
По показателя **реализирани нощувки** в район Дунав и район Тракия за периода 2012 – 2016 г. превес има стойността на район Тракия, но и тук тенденцията е увеличаване на реализираните нощувки при район Тракия, а за район Дунав в началото и края на периода показателите са сходни (фиг. 9).



Фиг. 9. Реализирани нощувки – общо в туристически район Дунав и туристически район Тракия

в периода (2012 – 2016 г.)

По показателя **пренощували лица** в периода се запазват същите закономерности, както и при останалите показатели (фиг. 10).



Фиг. 10. Пренощували лица в туристически район Дунав и туристически район Тракия в периода (2012–2016 г.)

В изследването са определени и тенденциите в развитието на туризма за двата туристически района, като са изчислени на верижна база стойностите на **средните темпове на развитие на районите**<sup>1</sup> по седемте количествени показателя за периода 2012 – 2016 г.

**Резултатите показват**, че се наблюдава неравномерно развитие на туристическите райони и голяма диспропорция в средния темп на развитие

- По първия показател **Места за настаняване** се наблюдава неравномерно развитие на туристическите райони. Разликата между районите Дунав и Тракия е близо 3 пъти;
- При показателя **Реализирани нощувки** отново е налице голяма диспропорция в средния темп на развитие. При район Дунав е с отрицателен знак ( -0,42), а за район Тракия (13,47). Налице е голяма динамика в показателите през изследвания период;
- По третия показател **Пренощували лица** съществува разлика от 5 единици, като при район Дунав осредената стойност е (1,01), а за Тракия – (6,24);
- По показателя **Структура на туристите**, за район Дунав е налице отрицателен прираст, като процентът намалява спрямо средния за страната (-5,14), а за Тракия е (-0,32);

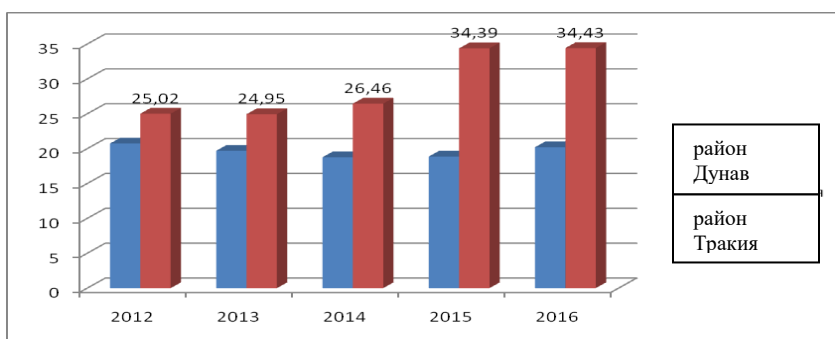
<sup>1</sup> Средните темпове на изменение на туристическите показатели са изчислени на верижна база и осреднени чрез статистически метод.

- При показателя **Среден брой нощувки от туристи** за район Дунав намалява с (-1,44), а за район Тракия се увеличава средният брой нощувки със (7,2) единици;

- **Средна цена на нощувка** за район Дунав се увеличава минимално с (0.25) единици, а за Тракия намалява с темп (-7.24);

- По последния показател **Приходи от нощувки** за район Дунав е налице намаление с (-0,37), а за район Тракия – увеличение с (4,35).

В анализа е определена **ефективността** на туристическата дестинация, представляваща: брой нощувки на едно легло; заетост в %. Изчисленията за **заетостта** (фиг 11.) на легловата база показва, че тя се натоварва слабо и неефективно. За район Дунав тенденцията е за балансираност между показателите, като процентът на заетост през периода 2012 – 2016 г. се запазва около 20 %.



Фиг. 11. Заетост на легловата база за периода (2012–2016 г.), туристически район Дунав и туристически район Тракия

### След направения количествен анализ в дисертационния труд са отчетени:

- степента на балансираност между отделните райони спрямо развитието на основните туристически показатели;
- съществуващите тенденции в развитието на туризма в туристическите райони;
- ефективността на туристическата дестинация.

В точката се **обобщава**, че:

В сравняваните туристически райони Дунав и Тракия за периода 2012 –2016 г. се наблюдава явен дисбаланс между стойностите на основните показатели за туристическо развитие. Отчетените диспропорции са обусловени от силно доминиращата роля на град



Пловдив и район Тракия в частност. За район Дунав е необходимо, регионалната стратегия за развитие да работи и да се изпълнява по-ефективно. Въпреки изведеното, липсата на балансираност между районите не представлява пречка за тяхната организация и управление.

### **Точка 3. Изводи, насоки и препоръки за повишаване на конкурентоспособността на изследваните райони**

#### **3.1 . Изводи и насоки за повишаване на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия**

На база получените резултати от проведеното анкетно проучване се установи, че **цената** на продукта е един от най-значимите фактори при избора на тези дестинации за туристическо пътуване.

За да постигнат устойчиви конкурентни предимства, туристическите райони Дунав и Тракия трябва да управляват ефективно и неценовите фактори, влияещи върху конкурентоспособността им. Това трябва да бъде свързано с разработването на цялостна стратегия, която да включва подробен план за бъдещето развитие на двата туристически района.

По отношение на **приоритетността на туризма** двата района регистрират най-ниските оценки от анкетното проучване. За район **Дунав (2,30)**, за район **Тракия (2,80)**. И двата показателя са незадоволителни, като местната власт и правителството трябва да отделят повече средства и ресурс, свързани с подобряването на показателите. Тези средства и ресурси са свързани с приноса на местните власти за стимулиране развитието на туризма, изграждане на инфраструктура, равнище на местни данъци и такси, качествено административно обслужване на бизнеса, маркетинг на дестинацията.

Въз основа на резултатите в изследването са представени основни изводи по 11-те критерия за конкурентоспособност на двата туристически района.

По отношение на критерия **туристически ресурси** изводите касаят основно запазването на привлекателността на природните забележителности, привлекателност на климата, привлекателност на флората и фауната, автентичност на природата.

Във връзка с ролята на човешкия фактор в туризма е необходимо да се подобрят мерките, пряко влияещи върху привлекателността на историческите, съвременните културни забележителности,

специалните събития, националната кухня, както и гостоприемството на местното население в дестинацията.

За втория критерий – **инфраструктура** – основните насоки се базират на това, че съществува необходимост от подобряване както на общата, така и на специализираната туристическа инфраструктура. Налице е нужда от модернизация на пътната мрежа, адаптиране към поемната способност на дестинацията, актуализация на териториално-устройствените планове с цел недопускане на презастрояване в туризма.

Тенденциите на развитие по отношение на критерия **суперструктура** се определят по начин, който контролира изграждането на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения.

Едно от най-важните изисквания обаче е уточняване на носещия капацитет на дестинацията и това да е определящо по отношение строителството на нови места за настаняване в дестинацията. Това ще предотврати надвишаването на носещия капацитет на територията, нарушаването на естествените екосистеми, замърсяването и унищожаването на голяма част от природните ресурси, които са основен мотив за туристическо посещение.

Основните насоки, свързани с повишаването на конкурентоспособността на двата изследвани туристически района по критерия **номенклатура и асортимент**, се базират на предлагането на богата гама от продукти и услуги. Необходимо е да се увеличи предлагането на допълнителни услуги, с цел да се разнообрази пребиваването на туристи в дестинацията. Може да се усъвършенства комбинираният туристически продукт, включващ в себе си основната специализация на двата туристически района, касаеща различни видове туризъм – винен, делови, екологичен, рекреационен, религиозен, културен, круизен, приключенски, конгресен и спортен.

Следващата насока в изследването е по критерия **качеството на пребиваване**. В туризма съществува необходимост от непрекъснатото обновяване и модернизиране на остаряващата материално-техническа база в туристическите обекти. От особено значение е да се поддържа високо ниво на контрол по отношение изправността на техническите съоръжения в местата за настаняване, обектите за хранене и развлечения, имащи връзка с безопасността по време на пребиваването на туристите в туристическите обекти.

Спрямо критерия **цена**, за да се поддържат атрактивни цени, е нужно ръководителите на туристическите предприятия да могат да предложат разнообразни потребителски оферти на различни цени. Важно е да се отбележи, че в момента маркетинговата комуникационна политика на двете разглеждани области е недостатъчно ефективна. Разчита се предимно на общоизвестна информация за

предлаганите услуги, както и на публикации в пресата, свързани с отразяването на мероприятия.

Основните насоки по критерия **приоритеност на туризма**, касаят мерките, които правителството и местната власт трябва да предприемат, за да дадат приоритет на развитието на туризма в районите. Нужно е да се отделя повече внимание върху защитата на правата на туристите като потребители, разрешаване на рекламации, засилване ролята на рекламата, улесняване на процедурата по уреждане на концесиите, ангажираността към подобряването на инфраструктурата, както и към опозването на туристическите ресурси. Нужно е и засилването на прякото субсидиране, разсрочване на дълговете и осигуряване на данъчни облекчения на фирмите.

Главна препоръка е, местната власт да инвестира средства, насочени към стимулирането на условията за развитие на алтернативните видове туризъм, като чрез тях на туристите се предложи богата гама от възможности за прекарване на свободното време. Трябва да се предприемат мерки за подобряване на информационното обслужване на туристите и да се засили маркетингът на туристическите райони.

Следващата насока за повишаване на конкурентоспособността на туристически район Дунав и район Тракия е по критерия **качеството на комуникациите**. Той се свързва с необходимостта от оценката на качеството на рекламата, интернет, мобилните и телекомуникационните технологии като инструмент за подобряване на информираността сред туристите и поддържането на благоприятен имидж върху туристическата дестинация. Необходимо е да се провеждат кампании, свързани с осведомяване и информиране на обществеността на място и онлайн за природното и културното наследство, както и за значението на туризма.

Ключовите изводи по критерия **човешки ресурси** са свързани с това, че е необходим по-добър подбор на кадрите, съобразен и с личните им качества, включващи: различни видове компетенции, умения, знания и опит. Особено важно е отговорното отношение в процеса на работа, свързан с обслужването на туристите. Необходимо е да се възнаграждат инициативността и желанието за работа.

Основните насоки за туристическите райони Дунав и Тракия по критерия **за безопасност и сигурност** са свързани с рисковете от терористични актове, високата степен на престъпност и появата на нови болести, валутни измами.

Районът, който осигурява по-високо ниво на безопасност и сигурност на туристите, ще изгради по-конкурентно предимство и по такъв начин може да привлече платежоспособни туристи, стимулиращи развитието на културния туризъм.

По критерия **екологичност** от особено значение за опазване на околната среда е изграждането и функционирането на системи за качество и стандарти за обслужване с цел контрол на туристическите дейности. За устойчивото развитие на туризма е възможно да се интегрират и екологични стандарти за туристическите услуги, като се разработят и информационни рекламни материали относно опазването на природните богатства. Трябва да се отбележи, че обектите в туристическите райони трябва да спазват и нормите за шум.

### **Точка 3.2. Препоръки за повишаване на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия**

На база извършените анализ и оценка на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия са изведени основни препоръки към местната власт, организациите за управление на туристическите райони със седалища гр. Русе и гр. Пловдив и представителите на туристическата индустрия. Целта на препоръките е свързана с възможностите за повишаването на конкурентоспособността на район Дунав и район Тракия.

**За район Дунав основните препоръки, изведени в дисертационния труд, към местната власт и организациите за управление на туристическите райони се базират на необходимостта от:** изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма; развитие на местен туристически продукт; насърчаване на инвестициите в сектора; контрол върху защита правата на потребителя на туристически продукти; изпозване на публично-частното партньорство като форма на сътрудничество; предприемане на мерки за ограничаването на сивия сектор в туризма в района; създаване на икономически стимули под формата на данъчни облекчения и по-малка фискална тежест за туристическите предприятия; по-ефективна маркетингова политика; провеждане на мероприятия и събития с местно и национално значение; изграждане и функциониране на туристически информационни центрове.

**За да създават конкурентоспособен продукт, представителите на туристическата индустрия в район Дунав е необходимо да:** извършват специализирани маркетингови

проучвания; подобрява качеството на услугите, предлагани в туристически обекти; осигуряват лесен достъп до онлайн услуги; модернизират и поддържат обзавеждането и оборудването; подготвят и стимулират висококвалифицирани кадри със знания, умения, и мотивация за работа; подобряват обратната връзка с туристите; използват туристическите ресурси по устойчив начин.

**За район Тракия основните препоръки, систематизирани в изследването и насочени към местната власт и организациите за управление на туристическите райони, се базират на необходимостта от:** предприемане на мерки за изграждане на лоялност на туристите към туристическия продукт и създаване на устойчива мрежа от контакти и канали за комуникация с тях; активни мерки, свързани с привличане на туристи от водещи и значими в международен аспект емитивни туристически пазари; по-широка информационна кампания относно дейностите по провеждане на туристическа политика; необходимо е да се отдели повече внимание върху защитата на правата на туристите като потребители; издаване на информационни брошури, запознаващи туристите с правилата и наредбите, както и с възможните рискове в района.

**Основните препоръки за повишаване на конкурентоспособността на район Тракия към представителите на туристическата индустрия са свързани с:** подобряване информационното обслужване на туристите и засилване маркетинга на туристическата дестинация; търсене на възможности за противодействие на конкурентния натиск от страна на близки международни дестинации; предприемане на мерки за равномерно натоварване на материалната база; използване на възможностите за събитийен туризъм; използване на съвременните информационно-комуникационни технологии за връзка с туристите; промотиране на туристическите предприятия и предоставяне на различни видове туристически борси и други информационни мероприятия; синхронизиране дистрибуцията на продукта, предложен от туристическите предприятия.

**В резултат на направените обобщения в трета глава се изтъква следното:**

- Анализът на данните по определените качествени критерии за конкурентоспособност на район Дунав показва най-висока оценка по отношение на **цена на туристическия продукт (4.00)**, а най-ниска по отношение на **приоритетността на туризма (2.30)**. За район Тракия

най-високата и ниската оценка са по същите критерии, за **цена на туристическия продукт и приоритетност на туризма**, съответно с оценки **(4.40 и 2.80)**.

- По отношение на количествените критерии, анализа на даните сочи, че район Тракия показва по-добри показатели по отношения на показателите: **места за настаняване, реализирани нощувки, пренощували лица, среден брой нощувки от турист, среден брой нощувки от турист, средна цена от нощувка, приходи от нощувки**.

**В заключение на дисертационния труд се извежда, че:**

Осъществено изследване потвърждава изследователската теза и трите подтези. Благодарение на проучването са обогатени познанията за конкурентоспособност на туристическа дестинация и в частност туристически район Дунав и район Тракия, които имат добри условия за развитие на туризъм, но потенциалът им може да бъде по-добре оползотворен. Важно е в кои сфери ще се насочат усилията, така че да има по-висока конкурентоспособност.

На база направения анализ и систематизацията на препоръките, за да се постигне по-високо ниво на конкурентоспособност на туристически район Дунав и район Тракия, е необходимо наличието на съответствие и синхрон в работата на пряко свързаните с дейността на дестинационите организации. От една страна, между месната власт и организациите за управление на районите, а от друга страна, с туристическата индустрия.

### III. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Като резултат от извършената изследователска работа по дисертационния труд могат да се открият следните по-важни научни и практикоприложни **приноси**:

1. Направени са систематизация, теоретичен анализ и обобщение на съществуващи научни резултати в българската и чуждестранната литература, посветени на конкурентоспособността на туристическия продукт на равнище дестинация и са идентифицирани ключови измерители на конкурентоспособността на туристическия продукт на равнище туристически район.

2. Разработен е теоретичен модел на конкурентоспособността на туристическа дестинация, включващ алгоритъм на изследване и ситуационен анализ.

3. Разработена е методика за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическа дестинация, като е конструирана система от критерии и показатели, формиращи интегрална оценка за конкурентоспособност, приложима за оценка на конкурентоспособността на мезоравнище – на ниво туристически район.

4. Посредством изградения инструментариум е оценена и анализирана в сравнителен аспект конкурентоспособността на туристическия продукт на район Дунав и район Тракия.

5. Очертани са насоки и са формулирани препоръки за повишаване на конкурентоспособността на изследваните райони, насочени към местната власт и организациите за управление на туристическите райони, от една страна, и към представителите на туристическата индустрия, от друга.

#### **IV. ПУБЛИКАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

##### **Статии:**

1. Петков, И. Особенности на конкурентоспособността на туристическа дестинация. //Годишен Алманах научни изследвания на докторанти на СА Д. А. Ценов – Свищов, кн. 11, АИ Ценов, 2016, с.560-576 (ISSN 1313-6542).

2. Петков, И. Сравнителен анализ на развитието на туристически региони Дунав и Тракия. //Eastern Academic Journal, issue 3, pp.39-51, September, 2017 (ISSN 2367-7384).

##### **Научни доклади:**

1. Петков, И. Основни детерминанти на конкурентоспособността на туристическа дестинация.// Правни и икономически проблеми на бизнес средата в Република България: Кръгла маса: Сборник доклади: 23 октомври 2015 г. – Свищов: АИ Ценов, с. 380-386 (ISBN 978-954-231086-0).

2. Петков, И. Модели за изследване на конкурентоспособността на туристическата дестинация // Национална студентска научна конференция: Сборник доклади: 13. декември 2016 г.- Свищов: АИ Ценов, с.243-250 (ISBN 978-954-23-1237-6).



## V. ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

Във връзка с провеждането на процедура за придобиване на образователна и научна степен „доктор” по научна специалност: „Икономика и управление (Туризъм)”, декларирам:

1. Резултатите и приносите в дисертационния труд на тема: „Повишаване конкурентоспособността на туристическа дестинация” са оригинални и не са заимствани от изследвания и публикации, в които авторът няма участие.

2. Представената от автора информация във вид на копия, на документи и публикации, лично съставени справки и др., съответства на обективната истина.

3. Резултатите, които са получени, описани и/или публикувани от други автори, са надлежно и подробно цитирани в библиографията.

Дата: 11.12.2017 г.

гр. Свищов

Декларатор: .....

/И. Петков/