

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“

БЛАГОЕВГРАД

Факултет: Стопански факултет

Катедра: Туризм

Елена Георгиева Александрова - Георгиева

ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА
ТУРИЗМА В СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ, ЧРЕЗ ФИНАНСОВИТЕ
ИНСТРУМЕНТИ НА ЕС

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на дисертационен труд за присъждане на
образователна и научна степен „Доктор“ по докторска програма
„Икономика и управление на туризма“ в ПН 3.9 Туризм

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ

Проф. д-р Борис Колев

БЛАГОЕВГРАД, 2019 Г.

Дисертационният труд е разработен от докторант редовна форма на обучение в катедра „Туризм“ при Стопански факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград по Заповед № 265/04.02.2015 г. на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

СЪДЪРЖАНИЕ

I.	ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД	4
1.	Актуалност на темата.....	4
2.	Обект и предмет на изследването.....	7
3.	Цел и изследователски задачи.....	8
4.	Методология на изследването.....	9
5.	Основна изследователска теза и подтези на изследването в дисертационния труд.....	10
6.	Ограничителни условия на изследването.....	11
7.	Информационни източници.....	11
II.	СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД.....	12
1.	Структура на дисертационния труд.....	12
2.	Съдържание на дисертационния труд	12
III.	СИНТЕЗИРАНО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД	14
IV.	СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД.....	55
V.	ПУБЛИКАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД	56

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност на темата

В процеса на съвременната глобализация и контекста на членството на Република България в Европейския съюз страната вече е част не само от общото икономическо пространство. Тя е неразделен съществен елемент от обобщоевропейската цивилизация и нейното културно-историческо наследство. Голяма част от територията на България е заета от планини и региони, в които се крият тайните на времето, следите на цивилизациите населявали територията на България, а също така и дивни и красиви места създадени от самата природа. Това е територията на малките села на България, в които се крият множество културно-исторически паметници, природни богатства и местни обичаи от незапомнени времена. Всичко това може да се превърне в съществена част от имиджа на България и да бъде символ за красота и уют.

Възможностите, които предоставя на страната членството ѝ в Европейския съюз (ЕС) са много и всяка от тях трябва да се ползва рационално с цел развитие на националното стопанство и подобряване на условията за живот в страната и създаване на предпоставки за просперитета ѝ. Една от тези възможности е свободата на хората да могат да пътуват свободно, освен в страните от Европа и в повечето трети страни, без ограничения на място и период.

Един от най – благодетелстваните сектори на икономиката на Република България в следствие на свободното движение на хора е туризмът. Пътуващите хора са капитал, който

всяка държава с разумна политика в областта на туризма и опазване на културното и историческо си наследство, може да удвои, утрои и да капитализира ползите от развитието му.

Географското положение на България, като част от Балканския полуостров и мост между два континента е привличало вниманието на множество цивилизации. Това е и причината в този район да съществуват множество културни и исторически обекти, забележителни места и всеки от тези обекти да представлява интерес за туристите. Значителна част от тях, предизвикващи интерес, са съсредоточени в българските села. Всички тези малки села, независимо от това в коя част на страната се намират, поднасят на посетителите си информация за културата, духа и епохите, които са оставили отпечатък си през годините. Въпреки че се намират на територията на една държава, всеки един район на България е характерен и неповторим.

Освен, като сектор, който бележи развитие вследствие на присъединяването на България към ЕС, туризмът е и един от най – важните отрасли на икономиката на страната.

Развитието на туризма в България е обект на множество дейности и планове от страна на правителствата през последното десетилетие. Всички действия свързани с прилагането им, са продължителен процес, насочен към утвърждаването му като устойчив и ефективно управляван европейски туризъм. С течение на времето, развитието на обществото и подобряване на информираността на населението той се утвърждава, като динамичен сектор, който е сред двигателите на икономически растеж на страната през последното десетилетие.

Туризмът в селските райони (селският туризъм) е една сравнително нова ниша за развитие в България, която се възприе

и разшири основно след приемането на България в ЕС. Тук не става въпрос за селски туризъм в традиционното му разбиране (строителство на вили за краткотраен отпих и пребиваване на семейства в селските местности и райони), такъв какъвто е познат в миналото, а за селски туризъм на ново равнище, съобразно европейските стандарти и практики. Така този вид туризъм се превръща в стопанска дейност, която предлага уют, неподправена красота, естествена природа, вълнуващи преживявания, добра храна и предлагане на услуги на гости и туристи на европейско ниво.

Тези основни елементи на селския туризъм са разглеждани и анализирани в множество разработки, но темата придобива все по - голяма актуалност и един по – задълбочен анализ би бил полезен с цел по нататъшното развитие на този вид туризъм.

За устойчивото му развитие се отделят значителни инвестиции, разработени са планове на национално ниво, изготвени са множество стратегии, също така са изследвани проблемите, условията и факторите, които имат значение за развитието на този динамичен вид туризъм.

Във всяка изготвена програма, насочена към стабилизиране на икономиката на България е отделено съществено място за развитието на селските райони, подобряване на условията на живот в селата, подобряване на инфраструктурата, суперструктурата, облагородяване на райони – като цяло повишаване на качеството на живот. Страните, които осигуряват много добри условия за туристически посещения са направили това след като са ги осигурили на първо място за

своите граждани. В този смисъл е и мнението на К. Фадиман¹, според който *„Когато пътувате, помнете че чуждата държава не е направена да се чувствате комфортно. Направена е за удобството на собствения си народ“*.

При така поставените акценти, с настоящия дисертационен труд, се изследват състоянието и проблемите на селският туризъм след присъединяването на страната към ЕС, както и ефекта от използваните възможности, които се предоставят под формата на финансови ресурси, посредством членството на България в ЕС. Този вид туризъм може и трябва да обогати туристическата визитна картичка на България.

След навлизането на страната във втория програмен период, определено може да твърди, че в дисертационния труд се изследва и анализира основната проблематика на този актуален вид туризъм. Усъвършенстването и разнообразяването на услугите, разширяването на възможностите в посока повишаване на качеството на комфорта на туриста посетил България и в частност българските села мотивира изследователската работа в посока търсене на отговори, анализиране на проблеми, възможности за иновации и допълнителни предимства.

2. Обект и предмет на изследването

Обект на изследването, в настоящия дисертационен труд, е въздействието на безвъзмездно предоставените финансови средства от ЕС инвестирани в туристически дейности в селските райони в България. Извършените инвестиции в туристически дейности са разгледани, като важно средство за повишаване на

¹ <http://geoadventures.bg/за-смисъла-от-пътуването/>

конкурентоспособността на туристическите дестинации в селските райони. Дейностите свързани с развитие на туризма в селските райони са анализирани и като един от начините за относително стабилизиране на населението в тези части на страната.

Предмет на изследването са практически и методологически въпроси, както и извършени анализи и оценки на ефективността от инвестираните финансови ресурси в селските райони на България, насочени директно към развитието на селския туризъм. Разгледани са възможностите за повишаване на конкурентоспособността на туристическото предлагане, като резултат от усвоените средства от ЕС за туристически дейности в селските райони.

3. Цел и изследователски задачи

Целта на дисертационния труд е извършване на теоретични и териториални анализи и проучване на ефектите от досегашното прилагането на действащите финансови инструменти на ЕС, като средство за повишаване на конкурентоспособността на туризма в селските райони на България.

Реализацията на целта е постигната, чрез решаването на следните **изследователски задачи**:

- проучване на теоретичната мисъл относно конкурентоспособността в туризма, както и тази проблематика относно селския туризъм в България;
- създаване на модел на системата селски туризъм;
- разработване на набор от критерии, показатели и методика за анализ и оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони;
- извеждане на ползите и ефектите от прилагането на финансовите инструменти в селските райони по отношение на инвестициите в този вид туризъм;

➤ определяне на насоки за повишаване конкурентоспособността на туристическите дестинации в селските райони.

4. Методология на изследването

За постигане на целта на изследването чрез решаване на поставените задачи е използвана съвкупност от подходи и методи. Методологията на изследването включва експертен, нормативен, териториален и системен подход.

Разработената методика за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическите дестинации в обхвата на селския туризъм се основава на методиката създадена от проф. М. Рибов, с помощта на която са установени критерии въз основа на които са изведени показатели за определяне и оценка на конкурентоспособността. Съставени са анкетни карти, чрез които е проведено емпирично изследване за състоянието и възможностите за повишаване на конкурентоспособност на туризма в селските райони на общините в област Благоевград. Анкетното проучване е извършено сред посетители и клиенти на туристически услуги в общините, представители на местната администрация на общините, както и сред представители на бизнеса в лицето на туристическите агенции.

Получените оценки са преобразувани с помощта на експертния метод в коефициенти на значимост. Използвана е сто балова скала за оценка на постигнатата конкурентоспособност в развитието на селския туризъм, чрез финансовите инструменти на ЕС в селските райони на област Благоевград. Изведеният обобщен комплексен показател е получен в резултат на анализираното потребителско мнение, чрез диференцирания метод за оценка.

Чрез териториалния подход са направени балови оценки на значимост за възможностите за повишаване на конкурентоспособността на туризма в селските райони на България.

Направен е и сравнителен териториален анализ на разпределението, както на финансовите ресурси, така и на реализираните обекти посредством тях по области.

С помощта на прилагане на системния подход е създаден модел на системата селски туризъм в България, както и на неговите основни структури, връзки и взаимодействия.

Извършен е клъстер анализ с помощта на набор от показатели, който даде възможност областите да бъдат обособени в няколко групи (*клъстери*), като същият подход е приложен и спрямо общините от област Благоевград.

Прилагането на споменатите подходи даде възможност да се направят сравнителни анализи и оценки на конкурентоспособността за развитието на този вид туризъм в общините на област Благоевград.

5. Основна изследователска теза и подтези на изследването в дисертационния труд

В настоящия дисертационен труд е застъпена **тезата** за значимостта на финансовите инструменти на ЕС предоставени под формата на безвъзмездно финансиране за инвестиции в селските райони, като важно средство за повишаването на конкурентоспособността на селския туризъм. **Подтезите**, чрез които е декомпозирана основната теза обхващат: определяне на основни критерии и показатели, характеризиращи конкурентоспособността на туристическите дестинации в област Благоевград; повишаването на конкурентоспособността на туризма в селските райони на България, зависи в значителна степен от използването на финансовите инструменти на ЕС; проявление на териториалното разпределение на усвояването на финансовите средства предоставяни от фондовете на ЕС.

6. Ограничителни условия на изследването

При разработването на дисертационния труд бяха срещнати трудности от различен характер, като:

- липса на достатъчно специализирана литература по отношение на ефектите от усвояването на средства от фондовете на ЕС за развитие на туризма в селските райони;
- недостатъчна отчетно – статистическа информация относно финансовите резултати вследствие на развитието на туристически дейности в селските райони;
- към настоящия момент съществуват не много изследвания свързани с измерване на ефекта от усвояването на финансови средства от ЕС за развитието на туризма в селските райони на страната.

7. Информационни източници

Изследването е осъществено въз основа на използването на следните няколко основни групи информационни източници:

- проучване на научна литература свързана с изследваната тематика;
- предоставена публична информация за използвани финансови инструменти за извършени инвестиции в туристически дейности в селските райони на България;
- предоставена информация от местната администрация на общините в област Благоевград;
- данни от Националния статистически институт;
- национална нормативна уредба свързана с развитието на туризма, както и законодателството на ЕС.

II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Структура на дисертационния труд

Настоящият дисертационен труд е структуриран в съответствие с поставените основна цел и задачи, избрания предмет и обект на изследване. Неговият обем е 288 стандартни страници, от които 9 страници въведение, 218 страници основен текст, структуриран в три глави, 4 страници заключение, 31 приложения и списък на използваната литература, състояща се от 124 източника. Основният текст в дисертационния труд включва 42 таблици и 58 фигури.

2. Съдържание на дисертационния труд

ВЪВЕДЕНИЕ

ПЪРВА ГЛАВА

Теоретични въпроси свързани с повишаването на конкурентоспособността на туризма в селските райони

1. Основни понятия
2. Поява на селския туризъм в туристическата индустрия
3. Развитие на теоретичната мисъл за конкурентоспособността на туризма

ВТОРА ГЛАВА

Методологическа рамка на повишаването на конкурентоспособността на туризма, чрез финансовите инструменти на Европейския съюз

1. Особенности на прилагането на финансовите инструменти на ЕС
2. Определяне на набор от критерии и показатели за оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони
3. Методи за анализ и оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони

ТРЕТА ГЛАВА

Приложни аспекти/въпроси на повишаване на конкурентоспособността в туризма в селските райони чрез финансовите инструменти на Европейския съюз

1. Възможности на финансовите инструменти на ЕС за повишаване на конкурентоспособността в туризма
2. Анализ и оценка на конкурентоспособността на туризма в област Благоевград
3. Изводи и препоръки относно повишаване на конкурентоспособността на туризма в област Благоевград

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

III. СИНТЕЗИРАНО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

ПЪРВА ГЛАВА

ТЕОРЕТИЧНИ ВЪПРОСИ СВЪРЗАНИ С ПОВИШАВАНЕТО НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИЗМА В СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ

В първа глава на дисертационния труд е извършен теоретичен преглед на основите понятия използвани в изследването, както и появата на селски туризъм в Европа и България. Представени са основни постановки относно развитието на теоретичната мисъл по отношение на конкуренцията, както и на конкурентоспособността на туризма. Проследена е появата и развитието на селския туризъм във водещи европейски страни, в две държави от Балкански полуостров, както и в една от средна Европа. Направен е преглед на появата и развитието на този вид туризъм в България. Очертана е концептуална рамка, на чиято основа са направени проучвания, поставени са основните изследователски въпроси, в резултат на което са очертани основните елементи с помощта на които, е възможно да бъде повишена конкурентоспособността на изследваните дестинации.

На първо място са проучени дефинициите на понятието „селски район“, тъй като в отделните страни членки на ЕС съществуват различни определения за райони, които са определени като селски. Направеният преглед показва, че съществуват множество разнообразни дефиниции за определянето на една територия като селски район. На база на направеното проучване се установи, че към настоящия момент на равнище ЕС няма общоприето разбиране за термина селски

район. С оглед на факта, че все още не съществува общоприето схващане за определянето на една територия или ареал, като селски район, освен България и останалите страни членки са приели свои национални критерии, по които даден район се определя като селски. В някои от тях дори се използва повече от един критерий. Различията в проявлението и в обхвата на отделните страни, се отнасят не само до показателите и праговете им стойности, прилагани за разграничаване на селските от неселските райони, но и до административно-териториалните единици, използвани като „градивен елемент“ на структурата на отделните дефиниции. Изборът на критерии, използвани в различните дефиниции, зависи и от географските размери на територията и йерархичното равнище на териториалните единици. „В по - голямата част от страните от ЕС, общините или съответстващите им в дадената страна административни единица са основен „градивен елемент“ за очертаване на селските райони, а малка част от тях използват селищните граници или урбанизираните територии. Броят и гъстотата на населението (в селищата или на общината като цяло) са най-често прилаганите разграничаващи показатели, въпреки че праговете стойности варират значително. Някои от държавите в ЕС в своите дефиниции включват също и секторната структура на заетостта (с акцент върху земеделието) или модела на ежедневните трудови пътувания“².

Съобразно поставените задачи в изследването е анализирано понятието „селски туризъм“. Много автори определят същността на селския туризъм от гледна точка на наблюденията, които имат.

² Approaches to Rural Typology in the European Union. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Community в Цит. изт. по Георгиева С. Дефиниране на селските райони, Проблеми на географията, София 2018 г. стр. 39-42.

Няма единно мнение относно научната дефиниция за понятието „селски туризъм“, тъй като вижданията на отделните изследователи са повлияни в една или друга степен от културните и националните им различия³. В тесния смисъл на думата, е практика при която туристите (посетителите, гостите) пряко се запознават, а при желание и участват в някои не сложни и не изискващи професионални умения селски (земяделски) и други сезонни дейности на открито. Анализирана е възможността селският туризъм да се разглежда, изследва и управлява като система, като за това предварително е доказано, че представлява системен обект. За целта в дисертацията е създаден собствен модел на системата селски туризъм. Определени са основните съществени характеристики на тази система, като са спазени основополагащи системообразуващи принципи въз основа на общата теория на системите създадена от Лудвиг фон Берталанфи⁴, М. Месарович и Я. Такахара⁵ и други. Очертани са входните въздействия (административни, финансови и др.) влияещи върху системата селски туризъм. Отчетни са резултатите от получената информация за ефективността от упражняваните върху системата входни въздействия. Това позволява за управление на системата да се използва, така наречената „обратна връзка“, която позволява анализиране и при необходимост коригиране на прилаганите входни въздействия с цел нейното по – добро функциониране и управление.

³ Кръстева Р. Селски туризъм - Междурегионални особености, 2014, стр. 11.

⁴ Берталанфи, Л. Обща теория систем – обзор, проблем и резултат. В сб. Системни изследвания, изд. Наука, Москва, 1969, с. 30- 54. Цит по Колев Б. Икономическогеографска интерпретация на някои основни системни понятия. Том XVII (XXVII) 1980 г. с. 158;

⁵ Месарович М. и Такахара Я. Обща теория систем: Математически основи, изд. Мир, Москва, 1978, с. 312, Цит по Колев Б. Икономическогеографска интерпретация на някои основни системни понятия. Том XVII (XXVII) 1980 г., с. 157-159.

За целите на изследването са използвани и други основни понятия, като туристически потенциал, туристически ресурс, конкуренция, конкурентоспособност, повишаване на конкурентоспособност, финансови инструменти на ЕС, иновации и др.

Разгледана е основната причина, която обосновава влагането на инвестиции във селския туризъм с цел използването на съществуващите туристически потенциали и ресурси (природни и антропогенни), която може да бъде представена, като процес протичащ в следната логическа последователност: *потенциали – ресурси – инвестиции – туристически продукт – финансови резултати*. По този начин в дисертацията е обогатено виждането на Ив. Марков и Н. Апостолов, според които *„туристическото обслужване е възможно единствено в триадата ресурс – средства – услуги.“*⁶

Задълбочено е изследвана възможността при която съществуващият потенциал и съдържащите се в него туристически ресурси в селските райони могат да се включат в туристически оборот. Тази възможност може да се реализира единствено при условие, че е налице предприемачески интерес за развитието на този вид туризъм. Реализирането на тази дейност в голяма степен е осъществимо с помощта на финансовите инструменти на ЕС, осигуряващи значителен ресурс. Чрез тяхното целенасочено и ефективно използване за туристически дейности, в дисертацията са доказани ползите и ефектите от изпълнените инвестиционни намерения за развитието на селския туризъм.

⁶ Марков Ив. и Апостолов Н. Туристически ресурси, Астрата, Велико Търново 2008 г., стр. 54.

Аргументирано са представени основните причини и условията в които се появява феномена селски туризъм. Ускорената урбанизация в много страни и особено в Западна Европа, САЩ, Япония и други, наложи едни друг модел за търсене на отдих и почивки извън тези райони. Бързо нарастващото градското население и значителното увеличение на урбанизираните територии на големите градове и предизвиканите от тези процеси последствия, като градски шум, замърсяване, ежедневен стрес и натоварване от ежедневно повтарящите се еднообразни действия, както и от въздействието на други условия и фактори, неминуемо доведоха до търсене на една по-различна запазена естествена среда. Тези обстоятелства предизвикват осезаема промяна в нагласите за прекарването на почивните дни и ваканционните отпуски. Промените в желанията на туристите показват тенденции, според които освен желаните традиционно морски и планински курорти, все по-предпочитани стават и дестинации сред природата, както и в селските райони на редица страни.

Разгледани са някои основни примери на появата на туризъм в селските райони. На първо място, като дестинации, в които се е зародил този вид туризъм са посочени Франция и Италия, като типични представители на развит селски туризъм в Западна Европа. Също така е обърнато внимание и е проследена появата му и в Румъния и Хърватия, като страни от Балканския полуостров и на Словакия - за страните от Средна Европа. Проследени се главните причини, защо този вид туризъм се е появил най-напред във високо развитите страни, къде е възникнала и необходимостта от регулирането му.

Франция и Италия са сред първите страни в които са създадени такива регулации. За тази цел през 1987 г. във Франция е създадена Националната федерация „гостоприемнен селянин“ (*Federation National Accueil Paysan*) в гр. Гренобъл, която е партньор и работи заедно с Министерството на земеделието на страната. Италия също е сред страните в които този вид туризъм получава законодателно признание и регулиране. През 1985 г. е приет специален Закон за аграрния туризъм. Приемането на подобен закон е продиктувано от осъзнаването на факта, че страната разполага с големи възможности за развитие на този вид туризъм. Селският туризъм е силно развит и във Великобритания. Редица английски автори са изследвали този процес. Едни от тях са Sharpley, R and J⁷, според които „поне половината английско население пътува всяка година в селските райони“.

В България този тип туризъм също набира определена популярност, особено през последното десетилетие на миналия век. В дисертацията са посочени основните водещи мотиви, за практикуване на туризъм в селските райони (селският туризъм) в страната, които са:

- интерес и желание на жители от предимно големите градове, за определен период от време да се откъснат от ежедневните си, често монотонни действия, свързани с упражняване на професия, семейни задължения и да ги заменят с отдих в селска среда;
- упражняване на дейности, свързани с опознаване на природни, културно-исторически и други обекти в местностите

⁷ Sharpley, R and J. Rural Tourism An Introduction, International Thomson Business Press, London, 1997, pp. 59-60.

и районите в които са отседнали, които са различни от професионалните им ангажименти;

➤ запознаване с местни традиции и обичаи, като местни храни, напитки, занаяти и някои предлагани не сложни сезонни земеделски дейности.

В изследването са разгледани функциите на ***Federation Europeenne du Tourisme Rural*** (Европейска Федерация за Селски Туризъм) в която членуват 28 европейски страни с 34 професионални сдружения на участници на този туристически пазар⁸, чрез който отделните страни обменят опит, съвместно защитават правата и позициите си на международния пазар, както и да работят в посока повишаване на своята конкурентоспособност. Чрез БААТ (Българска Асоциация за Алтернативен Туризъм), България е член на FETR.

За целите на дисертационното изследване е представено развитието на теоретичната мисъл на конкурентоспособността на отрасъла туризъм и в частност нейното влияние върху селския туризъм.

Проследено е взаимодействието на публичния и частния сектор за развитието на селския туризъм. Малкият и средният бизнес инвестиращ в туристически дейности, част от които е и селският туризъм се ползва, както с подкрепата на държавата, така и от възможностите на финансовите инструменти на ЕС. Кандидатите за получаване на средства от ЕС в повечето случаи са поставени в равни изходни условия, но в силно конкурентна среда. Конкуренцията между участниците, желаещи да инвестират в развитие на туризма в селските райони, започва още

⁸ www.eurogite.org

от кандидатстването за финансиране. Конкуренцията като процес е в основата на съревноваването и съперничеството между стопанските субекти, при което всеки от тях се стреми да реализира своите интереси независимо от останалите субекти⁹. С други думи взаимоотношенията между тези субекти, преследващи една и съща цел, са на състезателна основа.

Изследването на проблемите свързани с конкурентоспособността в развитието на селския туризъм в България и нейното повишаване беше свързано със запознаване с основни теоретични постановки по тази проблематика.

Разгледани са схващанията на редица автори, като: Й. Шумпетер, М. Портър, Д. Крауч и Б. Ричи, И. Кирцнър, М. Рибов, З. Григорова, И. Шопова, Т. Върбанов и др.

Според Шумпетер конкуренцията представлява съперничество на старото с новото, с иновациите. Нововъведенията според него са основен двигател на икономическото развитие, защото са функция от дейността на предприемача, стремящ се към максимизиране на печалбата в резултат от нововъведения и по-ефективно използване на разполагаемите ресурси. В резултат от тези действия се променя и ценообразуването и политиката на съответния пазарен субект. За известен период новият продукт или продукти има монополно положение на пазара и диктува цените с което се влияе и на другите участници и като цяло се променя цялостната ценова политика на дейността, и дори в целия отрасъл. Същият автор разбира конкуренцията, като последователност от действия, при които качеството, както и иновациите са основни фактори за

⁹ Рибов, М. Икономическа мисъл, 1993, № 3, с. 3.

пазарното оцеляване на икономическите субекти. Иновациите при конкуренцията се определят от някои автори, като настъпателни (*офанзивни*) и защитни (*дефанзивни*). Според П. Димитров „за настъпателните иновационни стратегии е характерен стремежа да се заемат водещи технологични, а от там и пазарни позиции“. Под защитни иновационни стратегии същият автор разбира ефекта от комбинация на „творческото подражание“ и „нишовата специализация“ с цел реакция на промените в заобикалящата фирмата среда¹⁰.

Тези процеси имат стохастично поведение и са трудно прогнозируеми, поради което, намаляването на пазарната неопределеност е от изключително важно значение. В хода на конкуренция и конюнктурна неопределеност, дадени пазарни субекти икономически логично напускат пазара, докато други възприемат гъвкаво поведение и не само оцеляват, но и могат да разширят заеманата вече пазарна ниша. Това е белег на ефективно провеждана конкуренция. Един от учените, които са изследвали тези процеси е И. Кирцнър¹¹. Очевидно е, че ефективно провежданото конкурентно поведение е функция от резултатни и иновативни мерки и действия на самите предприемачи.

Разгледан е процеса на конкуренцията като икономически процес със собствен механизъм, главната му особеност е възможността на дадено производствено предприятие или туристически субект да предложи на потребителите (туристите)

¹⁰ Гергиев И. и Цветков Ц. Мениджмънт на фирмените иновации и инвестиции, УИ „Стопанство“, София 1997 г. Цит. по Димитров П. Иновации и иновационно мислене в туризма, Авангард Прима, София 2012, стр. 83.

¹¹ Кирцнър, И. Конкуренция и предприемачество

услуга или стока с по – високо качество и на приемлива цена в сравнение с другите участници на пазара. По принцип всеки участник на пазара, включително и на туристическия, се стреми да не допусне изтичане на информация за свои стоки и услуги, които проектира да предложи, за да може за определен период от време да разшири, а ако е нов участник, да създаде своя собствена пазарна ниша.

Конкуренцията се разглежда и като вид отношение, възникващо при преследване на обща цел. В свят на неограничени потребности и оскъдни ресурси, неизбежно възникват конкурентни отношения. На пазарите за стоки и услуги производителите непрестанно се състезават помежду си за привличане на клиенти. Единственият начин за увеличаване на печалбите е постигане на предимство пред конкурента. И този стремеж неизбежно създава или би трябвало да създава предпоставки за по-добро използване на ресурсите и за удовлетворяване на повече потребности. Конкуренцията е категория, която може да се осмисля и като съревнование между потребители и производители за постигане на индивидуални цели при наличието на права на собственост и свобода на размяната. В условията на разпръснато и непълно знание, конкуренцията е начин за установяване какви са потребностите на хората, как и от кого най-добре да бъдат задоволени. Чрез нея се добива и определена друга важна пазарна информация, за ресурсите, за технологиите, както и за най – подходящият и привличащ потребителите начин на пазарно предлагане.

Друг начин, чрез които конкуренцията влияе на пазара и пазарната конюнктура се състои в това, че чрез нея може да се влияе върху поведението на потребителите (туристите). Това

поведение, според нас, може да се определи, като *туристически бихейвиоризъм*. Ето защо всяко засилване на конкурентни предимства, чрез предлагане на нови непознати до дадения момент стоки и услуги възпитава и ново поведение на пазара.

Конкуренцията и конкурентоспособността представляват динамично развиващи се във времето сложни икономически процеси. Между тях се наблюдава двустранна връзка, тъй като конкурентоспособността се поражда от конкуренцията на даден икономически субект, които е заел определена пазарна ниша. За да запази тази пазарна позиция трябва, не само да запазва, но и да повишава непрекъснато своята конкурентоспособност. В този смисъл конкурентоспособността по същество представлява много важно собствено и по- високо равнище на конкуренцията, защото я надгражда.

За оценка на постигната конкурентоспособност могат да се използват различни показатели, между които реализирана печалба на единица инвестиран финансов ресурс, рентабилност на приходите от продажба на туристически услуги и редица други.

ВТОРА ГЛАВА

МЕТОДОЛОГИЧЕСКА РАМКА НА ПОВИШАВАНЕТО НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИЗМА, ЧРЕЗ ФИНАНСОВИТЕ ИНСТРУМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

Във Втора глава са посочени особеностите при прилагането на финансовите инструменти на ЕС. Разгледани са набор от критерии и показатели за оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони. Допълнен е методологическия инструментариум за оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони.

България, следвайки примера на развитите европейски страни, направи значителни стъпки за развитието и популяризирането си, като туристическа дестинация. Всички действия свързани с развитието на туризма са насочени към това България да бъде представена в Европа, като уютна, красива, страна с древна култура и история и не на последно място като сигурно и спокойно място за посещения и пътувания. Разработвайки всички национални планове и стратегии за развитие на туризма, неминуемо една от основните цели е, привличането на чуждестранни туристи в България.

Всички тези цели биха били възможни за изпълнение, само ако жителите на европейския континент, и тези решили по една или друга причина да посетят Европа, обърнат своя поглед и към България и тя да присъства в предпочитанията им за посещение. След присъединяването на България, като страна член на ЕС, значително се увеличават шансовете на страната да подобри имиджа си на интересна дестинация и да привлече много повече

туристи, и също така да бъде обект на посещение и на такива вече посетили я и преоткривайки я отново.

В годините на прехода съществуваха известни проблемите пред сектора на туризма от страна. В българската практика през последните години, освен положителните действия се откриха и известни грешки, отразяващи се в неподходящи решения по отношение на развитието на туризма. Основно те се изразяват в прекомерно градски тип застрояване в големите курортно-туристически комплекси главно по Черноморието и планинските райони, хаотично планиране, рискове за околната среда, не навсякъде създадена техническа инфраструктура (пречиствателни станции, пътища и др.), а именно там е съсредоточена голяма част от туристическата индустрия на България.

Големи части от територията на страната не са включени в туристическия оборот въпреки наличието на не малък природен и антропогенен туристически потенциал. Тази празнота може да бъде запълнена в определена степен от различни алтернативни форми на туризъм. На това обръща внимание и М. Станкова, посочвайки, че „огромния потенциал за развитие на алтернативни форми на туризъм във вътрешността на страната стои неоползотворен“¹². Една част от този потенциал не се поддържа или е обхванат от приватизационните процеси, но определена част от него е обект на възстановяване за туристически цели. Повечето от българските туристически съоръжения, особено техническите и инфраструктурните системи функционират от дълги години и са силно амортизирани. Тяхното функционално

¹² Станкова, М. Повишаване конкурентоспособността на туристическата дестинация., Университетско издателство „Неофит Рилски“, с. 116.

състояние е не атрактивно, според международните стандарти, главно като резултат от недостатъчна поддръжка и обновяване.

С членство си в ЕС пред България се появиха и нови възможности. С финансирането на дейности свързани с туризъм, чрез финансовите инструменти на ЕС, всяка страна независимо дали е членка или е в подготвителен предприсъединителен период, подпомага икономиката си, предоставят ѝ се възможности да работи по ключови проблеми, да подобри предлагането си и да въведе стандарти на предлаганите туристически продукти и услуги.

В периода след 2000 г. в България стартираха първите предприсъединителни програми, осигуряващи средства от фондовете на ЕС, чрез които на туристическия сектор в страната се предоставяха безвъзмездни финансови средства, за да бъдат подпомогнати дейности и инвестиции извършвани основно в селските райони.

Конкретно по предприсъединителните програми в България бяха изпълнявани освен мерки, насочени директно към туризма в селските райони и такива, които имат индиректно отношение към него. В селските райони и по-специално в изостаналите селски райони, беше препоръчано да се развиват интегрирани системи от икономически дейности, допълващи или свързани със земеделието, които да поставят основата на устойчиво икономическо развитие в тези райони, поради което използването на финансовите инструменти на ЕС се оказва много полезно и значимо за българските села, особено за тези в които се практикува селски туризъм, а и за тези, чиито жители имат желанието да развиват този вид туризъм.

„Представителни проучвания показват, че всеки четвърти европеец предпочита да живее в селска среда. В тази връзка, Европейският съюз разглежда развитието на селския туризъм като възможност за постигане на икономически растеж в икономически изостаналите райони. В Европейският съюз съществуват три концепции за същността на селския туризъм, а именно:

- ✓ селският туризъм обхваща всички туристически дейности в селските райони;
- ✓ селският туризъм се припокрива с туристическата дейност извън курортните градове;
- ✓ селският туризъм е свързан с определена среда и пространство.

На основата на тези концепции, Европейският съюз осъществява своята туристическа политика по развитието на селските райони на страните членки. ***Финансовата обезпеченост на този вид туризъм се осъществява главно чрез ОСП и прилагането на различни програми***¹³.

Целта на използването на финансовите инструменти, предназначени за диверсификацията на селската икономика и качеството на живот в селските райони, е да допринесе за най-главния приоритет, а именно създаването на условия за заетост основно чрез дейности свързани със селски туризъм, както и постигане на социално-икономически растеж. Тези средства се използват за поощряване на придобиването на умения, за изграждане на капацитет и организация за местна стратегия за

¹³ Марков Ив., Статев В. Алтернативни видове туризъм, Велико Търново 2010 г. стр. 41.

развитие, както и да гарантират, че селските райони ще останат привлекателни за бъдещите поколения.

В България са картотекирани около 40 000 културно-исторически обекта от различни епохи, от които приблизително 8 000 са социализирани, т. е. те са пригодени за туристически посещения. По – голямата част от тях попадат в ареалите на селските райони, а предоставените и усвоени средства от фондовете на ЕС са предпоставка за поддържането им. Под социализиране в дисертацията се разбира поддържането особено на недвижимите културно – исторически обекти в автентичен вид, независимо от необходимостта от извършване на често налагащи се реставрационни и консервационни дейности. Също така, за по - пълното им включване в туристическия оборот, е целесъобразно в околностите им, извън съответните сервитутни зони, да бъдат изградени парко-места, места за отдых, изхранване, настаняване, информационни центрове и други подходящи съоръжения.

На този етап, на който е развитието на туризма в селските райони на България, може да се каже, че съществуват предпоставки той да бъде определен като конкурентен и като такъв, който трябва да повишава своята конкурентоспособност. Още с началното си развитие, този вид туризъм в България започва да бъде проучван, изследван и анализиран с оглед превръщането му в обособен вид туризъм.

Според П. Димитров и др.¹⁴ анализът и оценката на регионалните различия и конкурентоспособността на отделните

¹⁴ Димитров П, Кръстева Р., Узунова Д., Мирчова С.,. Конюнктура на туристическите пазари, Авангард Прима, 2016 г., стр. 192-204.

туристически региони могат да се правят и по отношение на извършените инвестиции за развитието на селския туризъм, тъй като тези региони се разглеждат основно и преди всичко като туристически дестинации. В тази връзка, ние приемаме, че конкурентоспособността на продукта на туристическата дестинация може и трябва да се оцени в качествено и количествено отношение, чрез предварително определени критерии и показатели, отчитайки инвестиционната активност и вложените средства в конкретния район.

„Подходящото определяне на критериите и показателите е най – важната основа за оценка за конкурентоспособността на туризма в селските райони. Всеки избор на продукта по неговото качество съдържа определено предпочитание, а в основата на всяко предпочитание стоят определени потребителски критерии“¹⁵.

За количествено изразяване на критериите са използвани показатели, чрез които е направена оценка на конкурентоспособността на селския туризъм. За целта е използвана единна система от критерии и показатели, част от които са въведени от различни автори, други са адаптирани на нуждите на конкретното изследване и трети са определени, така че да бъдат съотнесени към извършваната оценка.

„Съвременното общество и туризма са неразривно свързани. Днес никой не може да си представи света без туристическите пътувания, както и без бизнеса за тяхното обслужване“¹⁶.

¹⁵ Рибов, М., Конкурентни предимства в туризма, Тракия, София, стр. 58.

¹⁶ Ракаджийска С. Характерни промени в търсенето и предлагането на туристически услуги, В: Сборник с доклади от юбилейна международна научна конференция, посветена на 50 – годишнината от създаването на специалност „Туризм“ в Икономически университет – Варна, изд. „Наука и икономика“, Варна, 2015 г., с. 40.

Условията при които съществува този бизнес не винаги са благоприятни, особено когато се инвестира в слабо популярни райони или когато се стартира нещо съвсем ново и иновативно. При всички случаи обаче, целесъобразното планиране и добра стратегия биха помогнали на всяко предприятие да се ориентира в средата в която съществува и функционира, за да се адаптира към условията в които трябва да работи.

В дисертацията е обърнато специално внимание на методите на управление с оглед избиране на подходи насочени към ефективно използване на финансовите инструменти на ЕС.

Един от основните методи на управление, независимо дали става въпрос за управление на регионално ниво или на ниво мениджмънт на отделно предприятие, е стратегическото планиране. Стратегическото планиране е сложно, комплексно явление, поради което съществуват различни гледни точки за същността му¹⁷. Стратегическото планиране е базата върху която се строят всички програмни действия, които го конкретизират и позволяват неговата реализация.

Изборът, дали да се инвестира в даден райони, както и планирането и изпълнението на конкретни проекти с помощта на финансовите инструменти на ЕС е сложен процес. Управлението на дадена дестинация може да повиши значително нейната конкурентоспособност, чрез рационално усвояване на средства от фондовете на ЕС.

Традиционно при анализ и оценка на конкурентоспособността, включително по отношение на селския туризъм, се борави с набор от критерии и показатели, сред които:

¹⁷ Палешутски К. Мениджмънт, Форчън Благоевград, 1998, стр. 67.

инфраструктура, номенклатура и асортимент, устойчив образ, качество на туристическия продукт, цена на туристическия продукт, обезпеченост с природни ресурси, обезпеченост с исторически ресурси, достъпност, социална среда, човешки ресурси, технически нововъведения, медийната достъпност и нивото на информацията и др.

Редица елементи и измерители използвани от други автори могат да бъдат адаптирани и за целите на настоящето изследване. Но, с оглед спецификата на селските райони е необходимо да бъдат допълнени с показатели, отговарящи в пълна степен на специфичният характер на селските райони. П. Димитров и др.¹⁸ използват адаптирани и модифицирани **критерии и показатели по начин напълно отговарящ на обективната реалност на селските райони**, а именно *инфраструктура, номенклатура и асортимент, устойчив образ, качество на туристическия продукт, цена на туристическия продукт, обезпеченост с природни ресурси, обезпеченост с исторически ресурси*¹⁹. Част от тях са използвани за целите на настоящето изследване. В изследването е прието, че към част от утвърдените критерии и показатели за оценка на конкурентоспособността, по отношение на селския туризъм и вложен финансов ресурс следва да се добави допълнителна група, включваща критерия управление на дестинацията и показателите му: *реализирани проекти, финансирани от ЕС в селските райони, размер на договорените средства и разпределението им*. С тази допълнителна група се цели да се оцени до каква степен съществува пригодност на дадено място за създаване и

¹⁸ Димитров П., Кръстева Р., Узунова Д., Мирчова С., Конюнктура на туристическите пазари, Авангард Прима, 2016 г., стр. 195.

¹⁹ Цит. изт. стр. 196.

капитализиране на туристическите потенциали и ресурси с цел повишаване на неговата атрактивност.

Планирането и реализацията на конкретни проекти са едни от начините, чрез които се повишава конкурентоспособността на туризма в селските райони и чрез които се създава увереност, че дадена стойност, процес, продукт или туристически обект са устойчиви във времето и покриват изискванията за конкурентоспособност. Тези действия се провеждат в рамките на съвкупността от организационната структура на предприятието, процедурите, процесите и необходимите ресурси за управлението на конкурентните предимства.²⁰

Конкурентоспособността е оценката на възможностите на районите в които се развива селски туризъм да постигат висока производителност чрез иновативния и други подходи. За постигането на висока ефективност е наложително внедряване и обогатяване на предлаганите туристически продукти и услуги, чрез които даден район да предложи услуги, които удовлетворяват туристите и така да увеличава своята конкурентоспособност по отношение на други райони. Ето защо основните критерии, които са изследвани за извършване на оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони, чрез финансовите инструменти на ЕС са: *Атрактивност на дестинацията, Управление на дестинацията и Социален ефект върху местните общности* с оглед на факта, че важно условие за подобряване на условията за настаняване, създаване на нова туристическа визия на обектите в селските райони на България е възможно до голяма степен, чрез усвояването на

²⁰ Славова, И., Връзка и взаимодействие между управлението на проекти и бизнес стратегията на организацията, стр. 247.

повече средства от финансовите инструменти на ЕС. С помощта на тези критерии също така може да се добие представа на първо място до каква степен отделните общини са мотивирани да влагат труд и желание в начинания свързани с туризма и колко е силно постоянството, амбицията и желанието на местните общности да облагородяват района, и не на последно място, какви са личните средства вложени в туристическия бизнес, което пък е показателно за желанието на бизнес средите да инвестират в туризъм.

За представяне на конкурентоспособността в конкретиката на настоящето изследване, конкурентоспособността е оценена на макро (за страната, като цяло) и микро (за избрана област - Благоевград) равнище по посочените критерии и показатели.

Значимостта на критерия ***Атрактивност на дестинацията*** е оценена по следните показатели: *инфраструктура, номенклатура и асортимент, визия на туристическите обекти, качество на туристическото обслужване, цена туристическия продукт, обезпеченост с природни ресурси, обезпеченост с исторически ресурси.*

Значимостта на критерия ***Управление на дестинацията*** е оценен по показателите: *реализирани проекти, финансирани от ЕС в селските райони, размер на усвоените средства, разпределение на средствата по области, степен на усвояемост и устойчивост.*

Количественото изразяване на критерия ***Социален ефект върху местните общности*** извършваме с показателите:

посещаемост на туристи, изграден устойчив образ, визията на района, възможност за получаване на допълнителни доходи.

За целите на изследването са използвани: експертният метод на наблюдение и сравнение, диференцираният, комплексният и комбинираният метод за оценка, анкетният метод, както и клъстер анализ приложени към споменатите критерии и показатели.

Като правило, за определяне на конкурентоспособността се прилагат диференцираният, комплексният и комбинираният метод за оценяване. Разгледан е **Диференцираният метод**, който се основава на използването на единични показатели за качеството. Този метод дава възможност да се отговори на въпросите, кои показатели се различават най-много от базовите, достигнато ли е базовото равнище като цяло, по кои показатели е достигнато и т.н. В резултат от оценяването по този метод може да се направи извод, че равнището на качеството на оценяваната стока или услуга е по-високо или съответства на равнището на базовия образец²¹. **Комплексният метод** се прилага, за да бъдат преобразувани отделните показатели в един обобщаващ показател. Това е възможно да се направи след като предварително са определени оценките на стойностите за единичните показатели и съответстващите им коефициенти на значимост. При този метод се определят абсолютните стойности на показателите, относителните балови стойности и определянето на относителни показатели. „Понякога самостоятелното прилагане на комплексната и диференцираната оценка не осигурява задоволителен резултат. Такъв е например

²¹ Рибов, М., В търсене на възможности за квантифициране конкурентоспособността на туристическия продукт, Тракия-М, 2003, стр. 204

случаят, когато обобщеният показател не обхваща всички съществени свойства на конкурентоспособността и не дава възможност да се направят изводи за някои от тях“²². „**Комбинираният метод** за оценяване на равнището на конкурентоспособността на продукта на дестинацията от типа селски туризъм е основан на съвместното прилагане на диференцирания и комплексния метод. Във връзка с това повечето от единичните показатели се обединяват в групи по основни критерии за конкурентоспособност и за всяка една от тях се определя съответния комплексен показател.По такъв начин оценяването на равнището на конкурентоспособността се извършва на основата на получената съвкупност от комплексни единични показатели.²³“

Анализът на конкурентоспособността на туризма в селските райони в частност на туристическите дестинации е извършен въз основа на вече посочените показатели, които са трансформирани в параметри на значимост. Оценката се основава на сравнението им с цел да се установи степента на конкурентоспособност на продукта на една дестинация спрямо друга, която може да бъде по – голяма, по – малка или равностойна.

Конкурентоспособността може да се оценява по два начина, чрез *качествена* и чрез *количествена* оценка. Въпреки, че при прилагането на качествена оценка субективизмът е по-висок, отколкото при количествената, това не трябва да бъде

²² Димитров П, Кръстева Р., Узунова Д., Мирчова С., Конюнктура на туристическите пазари, Авангард Прима, 2016 г., стр. 192-215.

²³ Рибов, М. В търсене на възможности за квантифициране конкурентоспособността на туристическия продукт, Тракия-М, ., (2003), стр. 206, цит. по Димитров П, Кръстева Р., Узунова Д., Мирчова С., Конюнктура на туристическите пазари, Авангард Прима, 2016 г., стр. 215.

повод за нейното подценяване, тъй като обикновено тя се прави от хора с експертна подготовка. Общоприето е мнението, че извършването на количествена оценка, чрез използването на предварително разработена степенна скала или по друг начин е по – обективно, ние сме на мнение, че най – добри резултати биха били получени чрез тяхното съвместно прилагане. Поради тази причина е представен и експертния метод, с помощта на който е взето мнението на специалисти в изследваната област. При него параметъра на значимост се основава на мнението на група експерти в областта.

В изготвената методика за оценка са използвани всички горепосочени методи, които в своята съвкупност направиха възможно реализацията на целта и задачите на изследването.

Анализът и оценката на конкурентоспособността на туризма в селските райони са основани върху методика, която включва анкетно проучване, експертиза, както и анализиране на проявлението ѝ в териториален аспект. Като цяло всяка отделна административна единица се стреми да създава и да постига, оптимално според своите възможности, управление на територията си, както и на стопанските дейности в нейните граници. По този начин местната администрация не пряко спомага за повишаване на конкурентоспособността и на туристическите дейности, освен ако тя самата не изпълнява проекти свързани с развитието на туризма.

Оценката е извършена, чрез проведено анкетно проучване сред клиентите на туристически услуги, представители на местната администрация в общините на област Благоевград, попадащи в категорията селски райони, както и сред представители на туристическия бизнес. Мнението на клиентите,

потребители на туристически услуги в селските райони, е определящо по отношение на извършването на оценка, с оглед сравнение на дадена община с всяка друга. То е съществен компонент при сравняването на степента на постигната конкурентоспособност на селския туризъм на съответната община или дестинация в сравнение с други селища. Изследването на нагласите на потребителите на селски туризъм би спомогнало значително за констатиране, както на постигнато равнище на развитие, така и за бъдещи насоки в това отношение. Анкетните карти представляват логическа последователност от въпроси, чрез които се установява въздействието от развитието на туризма върху селските територии. Въпросите съдържат показатели с помощта, на които е възможно да бъде проследено влиянието на инвестиционната активност в туристическия сектор и проявлението на резултатите от нея.

Проучването е извършено и сред представителите на местната власт с оглед на факта, че те са неутрални и не са страна по осъществяването на проектни туристически предложения направени от местни физически и юридически лица. Освен това местната администрация сравнително обективно може да прецени състоянието на туристическите дейности на своята територия. Тя е в състояние да оцени ползите и ефектите от извършените с помощта на европейско финансиране инвестиции в сферата на туризма в селските райони на България и въздействието им върху местната икономика. Мнението им е от особено значение, тъй като „общинските администрации се

явяват координатори между всички заинтересувани от развитието на туризма страни на тази територия“²⁴.

Проучването на мнението на ангажираните в туристическия бизнес цели запознаване с мнението на представителите на туристически агенции по отношение на потребителските нагласи и желания на туристите. Мнението на представителите на туристическия бизнес е от голямо значение, тъй като той е съществен компонент на туристическия пазар. Анализът на получените от анкетното проучване данни даде възможност, освен да се оцени състоянието на селския туризъм, така и да се направят изводи, с помощта на които да се открият възможности за повишаване на неговата конкурентоспособност.

Получената от проведеното анкетно проучване информация, дава възможност да се установят мненията на двата основни участника на туристическия пазар в обхвата на селския туризъм. Единият участник са усвояващите средствата предоставени от финансовите инструменти на ЕС в лицето на частния сектор и общините. Другият участник на туристическия пазар са клиентите, туристи ползватели на създадените от първия участник на този пазар основни условия и възможности за функционирането на селския туризъм. Същевременно не може и не трябва да бъдат пренебрегнати и субектите (туристически агенции), предлагащи туристически услуги, които се явяват посредник, т.е връзката между двата споменати основни участници, формиращи туристическия пазар.

²⁴ *Кръстева Р.* Селски туризъм - Междурегионални особености, 2014, стр. 115.

ТРЕТА ГЛАВА

ПРИЛОЖНИ АСПЕКТИ/ВЪПРОСИ НА ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА В ТУРИЗМА В СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ ЧРЕЗ ФИНАНСОВИТЕ ИНСТРУМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

В трета глава е обърнато внимание на значението и валидността на теоретичните постановки и възможността им да се валидизират единствено чрез приложните аспекти, проявени върху конкретна територия. Изявените досега практически следствия (*ползи и резултати*) по отношение на финансовите ресурси от ЕС, инвестирани в туристически дейности в общините, определени като селски райони на област Благоевград са изследвани, чрез анкетни проучвания и с използване на отчетни данни, получени след приключване на първия програмен период от членството на страната в ЕС. Извършения преглед на досегашната практика по отношение на реализираните инвестиции за развитие на туризма през този период дава възможност да се направи извода, че вече е постигната определена конкурентоспособност. При осъществяването на анализите и оценките в тази глава е подхотдено от единичното към общото т. е. от локалното равнище (общини) към националното - области. Това е направено, както с оглед възможностите за получаване на по-изчерпателна изходна информация за състоянието на туризма в селските райони, така и за да могат да се формулират препоръки на макро - равнище за страната като цяло.

Два са основните фактора, които имат решаващо значение за осъзнаване на необходимостта от развитието на туризма в

селските райони на страната. От една страна, чрез неговото развитие има възможности за определено стимулиране на местната икономика в отделните общини на тези райони, а от друга за да са налице ползите и ефектите от европейско финансиране, е необходимо от страна на имащите желание да инвестират в туристически дейности да изпълнят инвестициите си, съобразно местните особености на района.

Тъй като финансовите инструменти на ЕС са съсредоточени върху развитието на селските райони на България, чрез тях се подпомагат множество различни по вид и естество дейности, които да бъдат обект на финансиране, но единственото общо между тях, е че всички инвестиции трябва да се извършват на територията на селските райони на България. Направен е преглед на законодателството, имащо отношение към развитието на туризма в България, както и по отношение на нормативната уредба за прилагане на мерките за туристически дейности. Основните дейности, които са обект на финансиране са свързани с насърчаване на растежа на доходите и създаването на заетост в селските райони чрез подпомагане развитието на интегриран селски туризъм и разнообразяване и подобряване на туристическата инфраструктура, атракциите и съоръженията за посетители в селските райони. В нормативните актове също така са описани всички общини и села, в които могат да се извършват инвестиции за селски туризъм, които да бъдат финансирани от ЕС.

В голяма част от 264-те общини в България, населението е под 10 000 жители, което показва обезлюдяване на територията на селските райони и прави трудно привличането на бизнеса, а и възможностите на държавата и местната власт са силно

ограничени. Но, именно в тези общини съществуват предпоставки за развитие на селски туризъм. В тези райони на България се намира голяма част от природните забележителности и културно - историческите обекти на страната, а една от основните възможности за повишаване на жизнения стандарт на населението на малките общини, е чрез финансовите инструменти на ЕС.

За да бъдат подпомогнати адекватно всички нуждаещи се райони, всяка държава членка определя своите приоритети, като водещ приоритет за България винаги е бил запазване и съхраняване на околната среда, културното и историческо наследство на страната и същевременно изграждане на допълнителни удобства, необходими, както за потребностите на местното население, така и за туристите.

След извършен преглед на приложимото законодателство за прилагането на финансовите инструменти на ЕС за туристически дейности са проследени и възможностите за извършване на инвестиции в общините в селските райони. Възможностите на финансовите инструменти са много и широкоспектрни, но за да бъде направена оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони на България и да бъдат проследени ползите и ефекта от извършените инвестиции в туристическите обекти в селските райони през първия програмен период, спрямо периода преди членството на страната в ЕС, е наложително по определения набор от критерии и показатели да бъде направена оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони.

Направеният анализ на усвоените средства за туристически дейности показва, че броят на изградените

туристически обекти в различните области на страната е различен. Област Благоевград е безспорен лидер в усвояването на средства за туристически дейности през първия програмен период, като този успех според нас дължи на две основни групи фактори:

- на територията на областта е съсредоточена важна и атрактивна част от природните и културно-исторически забележителности на страната;
- висока активност на бизнеса, имащ отношение към развитието на селски туризъм.

Първата група включва някои от най – атрактивните природни дадености на страната, разположени в различни части на областта. На нейната територия се намират и редица ценни културно-исторически обекти с национално значение, които представляват значителна част от природния и културно-исторически туристически потенциал на страната. Втората група фактори се изразява, чрез показателите, отразяващи високи резултати в усвояване на средства от европейските фондове по отношение на реализираните инвестиции за селски туризъм.

В административно отношение област Благоевград се състои от 14 общини, от които всички, без община Благоевград, попадат в списъка на селските райони на страната. Освен частния сектор съществуват и дейности, които могат да бъдат директно изпълнени и от общините, които да предлагат своите предложния за развитие на туристически дейности. Общините, кандидатствайки по програмите на ЕС, създават благоприятна бизнес среда, както за разнообразяване на своята икономика, така и за развитието на туризма. Конкурентният принцип въз основа, на който желаещите да получат финансиране субекти, се

състезават за получаване на средства също е предпоставка за повишаване на тяхната атрактивност и конкурентоспособност, в резултат на което да бъдат привлечени и повече туристи.

Прегледът на отделните общини на област Благоевград на база извършената оценка по определените критерии и показатели, отразяващи реализацията на туристически дейности, също показва, че са налице известни различия в усвояването на средства от фондовете на ЕС.

Тематичният обхват на инвестициите предназначени за инвестиции в туризма, които се изпълняват от местната администрация и за които се получава финансиране от ЕС, е много широк. За тези обекти е характерно, че те се ползват, както от цялата местна общност, така и от туристите.

На база извършения преглед на инвестиционната активност на местните власти и частния сектор, значителен тласък за развитието на туризма би бил възможен чрез ефективно публично-частно партньорство на равнище общини. Една от формите на такова сътрудничество би могло да бъде създаването на регионална марка или бранд на съответната община при условие, че е развила в достатъчна степен туризма. Съвместна дейност би могло да се осъществява и за рекламиране на туризма в и извън съответната община. Полагането на общи грижи за поддържане на съществуващи обекти, чиято дейност може да се използва и за целите на туризма, е също добра форма на такова сътрудничество.

Анализът на конкурентоспособността на развитието на туризма в общините от област Благоевград, се базира на получена, чрез анкетни проучвания в 10 от общините изходна

информация, както и на предоставената публична информация относно осъществени инвестиции за туристически дейности. Използваната анкетна карта, предложена на потребителите, клиенти на туристически услуги в селските райони, съдържа 19 групи въпроси, отразяващи техни мнения и оценки по отношение на основните аспекти в развитието на селския туризъм.

За установяване на мнението на потребителите и клиентите на туристически услуги в селските райони на област Благоевград по отношение на конкурентните предимства на отделните дестинации е проведено емпирично проучване в 10 от 13-те общини попадащи в категорията селски райони. Обхванатата група (извадка) в анкетното проучване се състои от 1000 туристи/клиенти в 10 от общините на област Благоевград, като от тях са получени 870 валидни анкетни карти. Мнението на туристите е много важно, тъй като, когато имат възможност да представят вижданията си анонимно, те по напълно обективен начин изразяват мнението си. Освен това, независимо какви инвестиции в сферата на туризма се извършват, или какви политики за развитието на туризма се провеждат от страна на държавата или местните администрации, винаги водещото е привличане на туристи, поради което тяхното мнение е водещо в извършване на настоящето изследване.

Друга анкетната карта, съдържаща 13 групи въпроси, беше специално насочена към местната администрация имаща свои наблюдения и информация за осъществяваните на тяхна територия туристически дейности. В изследването бяха включени всички 13 общини на областта, които попадат в ареала селски райони. По отношение на представителите на местната администрация са изпратени анкетни карти на всички 13 общини,

но валидни анкетни карти бяха получени само от 8 от тях. Групата от 8 общини, от които са получен отговори на въпросите от проведената анкета, е представителна извадка за област Благоевград. Отчитането на мнението на представителите на местната власт, имащи отношение към туристически дейности в област Благоевград, има важно значение, тъй тя е отговорна за всички, включително и туристически дейности извършвани на нейната територия.

За целите на проучването беше направено и допитване до другите участници на туристическия пазар - туристическите агенции. То съдържа 16 групи въпроси, чрез които беше проучено мнението, относно потребителските нагласи и желания установени от представителите на туристически агенции. За целта са анкетирани представители на туристически агенции в гр. Благоевград, гр. София и гр. Гоце Делчев.

Анализът на получените резултати, даде възможност, освен да се оцени състоянието на туризма в общините респонденти, да се направят изводи, които да открият възможности за повишаване на конкурентоспособността.

След разгледаните резултати от общините на област Благоевград и с цел онагледяване на общото състояние, резултатите на всяка отделна община са обобщени в сумарна оценка на конкурентоспособността, изведена на база на изследваните показатели.

Изследването е извършено по следните стъпки:

➤ оценките от анкетното проучване са нанесени в таблица, след което е изведена осреднена оценка за областта за всеки отделен показател;

- на база осреднените оценки пропорционално са изведени коефициенти на значимост (w_n) за всеки отделен показател;
- оценката е извършена, като за всеки показател са заложили бални единици, като е заложила стобална система и формула ($va=da/db25/$ по отношение на позитивни величини, при които нарастването на относителните стойности съответства на повишаване на конкурентоспособността) при съпоставяне на установените стойности за всяка отделна община, където va е резултативна величина на относителна стойност на оценяваната община, da е величина на стойност на оценяваната община, а db е абсолютната стойност;
- завършеност на оценката на конкурентоспособността се постига с помощта на комплексния метод, като чрез него получените с помощта на диференцирания метод относителните оценки се преобразуват в обобщена комплексна оценка ($za=w_n v_n$, където w_n е коефициент на значимост);
- по отношение на ефектите от извършените инвестиции, на база получените резултати е изведена осреднена оценка за всеки показател, за областта, като целта е да се прецени доколко отделната община се отклонява или доближава до достигнатото общо ниво на областта.

По горепосочения начин е изведена относителна стойност за всеки един от показателите и чрез обобщаването им са получени комплексни оценки.

Наред с вече споменатите методи за оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони, е приложен и клъстер анализ. В резултат на извършения клъстер

²⁵ Станкова М. Усъвършенстване управлението на туристическата дестинация, София, 2009 г. стр. 172.

анализ се открииха, както определени обективни различия, така и сходства между откритите се в следствие на прилагането на този метод клъстери (групи или таксони) от общини с относително хомогенизирани стойности на използваните изходни показатели.

По-подробният анализ на резултатите от анкетното проучване сред представителите на местната администрация показва определени различия по отношение на значението, което те придават на показатели като: инфраструктура, суперструктура, номенклатура, устойчив образ, качество на туристическите обекти, цена на туристическия продукт, обезпеченост с природни и културно - исторически ресурси.

Местната администрация подрежда значението, което отдава на посочените показатели от гледна точка на възможностите за развитие на туризма. Значително се открииха, като най – значими показателите: *обезпеченост с природни и културно-исторически ресурси, устойчив образ, качество на туристическите обекти и инфраструктура*. От гледна точка на представителите на общините това подреждане е логично, тъй като тези показатели са индикация за общата подготвеност на общината, както за задоволяване на потребностите на своето постоянно население, така и на гостите и туристите които я посещават. Макар и непряко стопанисването на общинската територия, среда и грижа за тях, има голямо значение за развитието на туризма, защото опазването на природните и исторически ресурси, на инфраструктурата и особено на техническата инфраструктура (*ВиК, пречистване на отпадни води, състояние електропреносната мрежа в рамките на общината, състоянието на пътната мрежа и др.*) са сред основните функции на органите за местно самоуправление.

Поддържането на изброените инфраструктурни обекти и мрежи в добро състояние влияе върху устойчивия образ, който е създаден или би трябвало да се създаде с оглед повишаване на атрактивността, както и на други способности за стимулиране развитието на туризма. Изброяването на тези показатели не означава подценяване и на другите, които също допринасят за развитието на туризма.

За развитието на туризма в селските райони наред с общините, много голям принос има частният сектор, тъй като той осигурява най – необходимите условия въобще за неговото развитие, като места за настаняване, осигуряване и предлагане на туристически услуги, атракции и други. Частният сектор има решаваща роля за непосредственото развитие на туризма, тъй като чрез провежданата от него ценова, рекламна и мениджърска политика и практика формира определена атрактивност на дадената дестинация. Два от основните показатели по които може обобщено да се прецени, дали посочените видове политики са ефективни, са: *създаден устойчив образ и качество на туристическите услуги и обекти.*

Устойчивият образ представлява обобщаващо понятие съставено от няколко компонента. Сред тях са наличие на подходящи и предпочитани места за настаняване, изхранване, упражняване на спорт и други услуги въз основа на които се създава емоционална връзка у туристите с обслужващите, както и със съответната дестинация. Всичко това е важно условие за осъществяване на повторемост на туристическите посещения.

Качеството на туристическите обекти е друго обобщаващо понятие, което включва важни характеристики, както на непосредствено включените в туристически оборот обекти, така

и състоянието на околната среда. Качеството на туристическите обекти по – подробно обхваща наличие на подходящо и ефективно интериорно и техническо изпълнение, както на самите обекти за настаняване и изхранване, така и техническа изправност на всички други съпътстващи и подпомагащи извършването на туристически дейности съоръжения. Редът и хигиената на туристическите обекти и около тях е също сред условията, които могат да привлекат или да отблъснат туристи.

Туризмът не се развива сам за себе си. Освен икономически ползи за участниците в него и приятни и емоционални преживявания на туристите, той оказва и съществен социален ефект върху местната общност, т. е. там където се организират и провеждат самите туристически дейности – в селските райони (общините). Относително най – висок социален ефект е постигнат благодарение на повторемостта на посещенията, следван от отражението на развитието на туризма върху местната икономика, непосредствено след него е отбелязано относително повишаване на качеството на живот на местната общност и подобрената визия на района.

Анализът на получените осреднени за всички анкетирувани агенции отговори показва, че през годините се наблюдава интерес с различна интензивност към селския туризъм. Търсенето и избирането на предпочитана дестинация в селските райони, все още не е достатъчно конкретизирано, вероятно защото са налице голям брой дестинации, а изборът им е и резултат от конкретни индивидуални решения. Според анализиранияте резултати от получените отговори от представителите на агенциите става ясно, че няма изразена сезонност при практикуването на туризъм в селските райони. От проучването беше установено, че

преобладават семейните посещения, значителна част, от които предпочитат настаняване в къща за гости или малък хотел от семеен тип, но в луксозна обстановка. Също така се установи, че желаещите да посетят селските райони се интересуват от няколко групи забавления и атракции – дегустация на традиционни местни напитки и гозби, различни видове спорт и запознаване с местни битови традиции, обичаи и занаяти. Основно посещенията са двудневни и тридневни, което означава че те се осъществяват основно през уикендите, но това не изключва и засилен интерес и гостувания по време на местни празници и културни събития. На традиционния въпрос *„Какво трябва да се направи за развитието на туризма в селските райони?“* са дадени голям брой отговори сред които се открояват: подобряването на битовите условия, по – голямо предлагане на местни храни и напитки, организиране и рекламиране на възстановки на местни обичаи и традиции, поддържане на инфраструктурата и особено довеждащата пътна инфраструктура в добро състояние и др. Основните преобладаващи отговори обаче бяха, че водещата причина за посещение на селски райони е желанието за прекарване на време сред природата и запознаване с местния бит и култура.

Чрез извършените в дисертацията анализи може де се приеме, че постигнатите приноси допълват, в определена степен, теорията и практиката на селския туризъм в България. В този смисъл с приложените постановки, използвани подходи и методи, те имат определено и методическо значение за бъдещи изследвания свързани с развитието на селския туризъм и позволяват да се направят следните изводи:

- има положително отражение върху заостостта свързано с други не преки туристически дейности;
- друго отражение, което влияе положително върху общото финансово състояние на общините от развитието на туризма, са постъпленията в общинските бюджети под формата на местни данъци и такси заплащани от лицата, развиващи селски туризъм;
- в почти всички случаи инвестиционната дейност свързана със създаването на необходимата туристическа инфраструктура (места за настаняване, атракционни обекти, спортни съоръжения и др.) оказва влияние и върху непосредствената околност около нея. Това влияние се изразява често пъти в облагородяване на заобикалящата селищна среда, чрез подобрения на отсечки от пътна инфраструктура обособяване и/или разширяване на места за паркиране, разширяване на зелени площи и др.;
- досегашната практика дава възможност да се приеме, че при този вид туризъм вече е постигната определена конкурентоспособност;
- за да се повиши конкурентоспособността на туризма в селските райони, вече постигната конкурентоспособност трябва да се използва за основа върху която да се развиват и проявяват нейните предимства.

Освен горепосочените въздействия върху местните общности, които имат директно парично изражение и влияние, се наблюдават и нематериални (не парични) ефекти. При всички случаи външния вид на всеки един туристически обект е израз на виждането на собственика за постигане на атрактивност с цел привличане на туристи. Още с пристигането си у туристите се формират първите впечатления за мястото което посещават и/или отседат, чрез външните архитектурни и визуални решения

на обектите. Независимо от нематериалния характер на външния архитектурен и визуален облик на тези обекти, тяхната естетична конфигурация е също постигнат резултат от определени инвестиционни дейности. Поради което с основание може да се твърди, че туризмът, като икономическа дейност влияе директно върху визията на района облагородяването му и стопанското му развитие.

Всички направени анализи и оценки в дисертационният труд дават основание да се направи извода, че пред туризма в селските райони има перспективи за развитие. Сред основните фактори за това развитие са финансовите средства предоставени от ЕС, тъй като те са най-важната част от цялостното финансиране на туристическите дейности в тези райони на страната. Това финансиране и последващите го действия трябва да бъдат обвързани с поредица от дейности насочени към повишаване на конкурентоспособността на този вид туризъм, която да му осигури трайна пазарна ниша сред другите видове туризъм.

Тези действия според нас трябва да включват:

- наличие на вече постигната и поддържана конкурентоспособност;
- постоянно усъвършенстване на маркетинговата, рекламната и пазарна дейност;
- непрекъснато обогатяване на пазарна стратегия;
- поддържане, разширяване и разнообразяване на номенклатурата на предлаганите туристически услуги.

Тези действия са неразделяеми и образуват логическа верига от последователности, без която не е възможно повишаване на конкурентоспособността на селския туризъм.

Възможно най-добри резултати за бъдещото развитие на туризма в селските райони могат да се постигнат, чрез няколко подхода, най – важните от които, според нас, са:

- по-тясно сътрудничество между органите на местното самоуправление, и частния сектор, т. е. поддържане на публично-частното партньорство;
- осигурен финансов ресурс от национални и европейски източници.

Без да е една от основите му цели, но разширяването на ареалите на развитие на селския туризъм оказва може би не много голямо, но все пак определено влияние и за задържане на селското население, а заедно с това и за известно намаляване на процесите на депопулация в страната. Това се отнася преди всичко за процесите на обезлюдяване протичащи в редица планински територии на страната.

Извършвайки проучването стигнахме до извода, че в резултат на добро управление на дестинациите и извършените инвестиции за туристически дейности в тях, освен, че се повишава популярността на дадено място или район, го прави по - атрактивен за туристите. Така се постига и директно отражение върху местната икономика, което от своя страна е предпоставка и за достигане на определен социален ефект върху местните общности. Чрез извършените множество инвестиции в отделните села на общините на област Благоевград, неминуемо те са поставени в конкурентна среда и съревновавайки се помежду си, значително се повишава общото ниво на областта, което е предпоставка за повишаване на конкурентоспособността на селския туризъм.

IV. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

- Създаден е собствен модел на системата „селски туризъм“, с цел да се покаже, че чрез „обратна връзка“ може да се оптимизира управлението ѝ. Същият подход предлагаме да се използва и при управление на туристическите дестинации в селските райони;
- Създадена е собствена дефиниция на понятието „повишаване на конкурентоспособност“ на туризма;
- Разработен е набор от критерии и показатели, както и методика за анализ и оценка на конкурентоспособността на туризма в селските райони;
- Изведени са ползите и ефектите от прилагането на финансовите инструменти в селските райони по отношение на инвестициите в този вид туризъм;
- Определени са някои основни насоки за повишаване конкурентоспособността на туризма в селските райони;
- Направен е клъстер анализ, по подбрани изходни показатели, чрез който е извършено групиране на общините от област Благоевград, както и на отделните области на страната при което са получени относително хомогенни групи (клъстери) по сравнителна степен на усвояемост на европейските средства в тези административни единици за развитие на селски туризъм.

V. ПУБЛИКАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Александрова Е., (2015) „Обновяване, развитие и популяризиране на туристическите обекти в югозападния регион на Република България”, колективен монографичен труд със заглавие „*Аспекти на културата в трансформация се свят*”, издателство Югозападен университет „Неофит Рилски“ - 2015 г.;

2. Александрова Е. (2015) „Приложения на финансовите инструменти на ЕС за развитието на туризма в селските райони на Република България”, шестата международна конференция, организирана от Природо-математическия факултет - Югозападен университет, гр. Благоевград, „Математиката и природните науки, география, екология и опазване на околната среда“, гр. Благоевград, 10-13.06.2015 г., pp. 42-49;

3. Александрова Е. (2016) „Повишаване на конкурентоспособността на селските райони чрез финансови инструменти на ЕС“, 8 th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, 4th Interdisciplinary Tourism Research Conference, гр. Бодрум, Република Турция, 23 - 29 май 2016 г., Proceedings Book 2016, pp. 179-183;

4. Александрова Е. (2017) „Състояние и проблеми на селския туризъм в България през първия програмен период след присъединяването към Европейския съюз“, 9 th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, 5th Interdisciplinary Tourism Research Conference, гр. Картахена, Кралство Испания, 07 - 11 юни 2017 г., Proceedings Book 2017, pp. 300-304;

5. Станкова М., Въсенска И., Стоянова А. Димитров М., Александрова Е. (2018) „Сигурност и устойчивост в туризма чрез

адаптивни схеми“, 10 th World Conference for Graduate Research in Tourism Hospitality and Leisure, 6 th Interdisciplinary Tourism Research Conference, гр. Аванос, Република Турция, 02 - 07 октомври 2018 г., Proceedings Book 2018, pp. 94-101.