

БЪЛГАРСКИЯТ ТУРИЗЪМ В УСЛОВИЯТА НА КОВИД-19 И СЛЕД НЕГО

Иван Бонев

Професионална гимназия по туризъм „Иван П. Павлов“ – Русе

Резюме. В текста се описва същността на туризма. Разглеждат се статистическите проучвания за развитие на туризма, неговата дигитализация и промените, които настъпват с цел приспособяване към новите условия. Представят се статистически данни, свързани с броя на туристите, посетили България в периода януари 2022 – юни 2022 г. Разгледани са посещенията на България като туристическа дестинация спрямо посещенията на туристите от други държави. Разгледан е и броят на българските туристи, посетили други държави.

Ключови думи: туризъм; резервация; туристически; пътуване; статистика; какво ново

„... туристите, както е известно, не гледат, а фотографират.“

Кармен Мартин Гайте

1. Същност на туризма

В условията на световна пандемия туризмът се върна 30 години назад до нивото на 1990 г. До момента загубите за световната туристическа индустрия се изчисляват на повече от 1000 милиарда евро. Според оценки на Световната организация по туризъм приходите в хотелиерството, ресторантьорството, туроператорската дейност и международните превози са редуцирани с около 85%. За държави като Гърция, Кипър и Хърватия, където туризмът е над 20% от БВП, икономическите щети са повече от значителни. Немалък удар върху икономиката понесоха и държави като Италия, Словения и България, където отрасълът формира около 12 – 13% от БВП.

Сектор „Туризъм“ се налага спешно да бъде включен в Плана за възстановяване и устойчивост на България. Като стратегически отрасъл за българската икономика, туризмът е добре да бъде подпомогнат с отделни, нарочни мерки от държавата. След масовото ваксиниране срещу

КОВИД-19 секторът постепенно би трябвало да се съвземе и да увеличи своя принос към икономическия растеж и заетостта. За целта е жизнено необходимо възстановяване и ускорено развитие на транспортните коридори, по-интелигентно управление на туристическите потоци и разнообразие на предлаганите туристически пакети, съобразени с очакваните промени в потребителското поведение.

Изискванията за настаняване са вече различни¹ – с оглед на безопасността, туристите по всяка вероятност първоначално ще избягват големите обекти и ще предпочетат да наемат апартаменти и семейни къщи с цел уединение. Същите вече няма да са интересни само за гости с по-ограничен бюджет, но ще се търсят и от такива с много по-добри финансови възможности. За това ще допринесе и фактът, че много хора имат възможност да работят дистанционно, което ще доведе до наемане на обектите за по-дълъг период. Това предполага необходимост от бързи комуникации и интернет, което за България е предимство в сравнение с „екзотични“ дестинации и даже с някои наши съседи. Добрият интернет навсякъде в страната е задължително условие за по-устойчив туристически модел, ако искаме да сме предпочитани пред Турция, Гърция и Хърватия, които са наши директни конкуренти по отношение най-вече на летния туризъм. България може да бъде и напълно конкурентна по отношение на лечебния, еко- и спатуризма, което ще ни позволи, в условията на работа от дистанция да се превърнем в целогодишна дестинация и предпочитан начин за почивка, съчетана с лечение, без да се изоставят служебните ангажименти.

Коронавирусът променя много дейности и сектори, но едва ли другаде те са толкова ускорени, видими и преки, колкото в туристическата индустрия. Много неща няма да са като преди в пътуванията – поне за известно време, а може би и за дълго.

2. Развитие на туристическия сектор

От една страна, значителни промени ще има в търсенето: масовите дестинации ще се избягват, конферентният и конгресният туризъм ще са на дъното си, бизнес пътуванията може никога да не възстановят обема си, мегапроявите няма да са атрактивни за пътуващите, сватбените дестинации ще пустеят. Засега не е ясно дали епидемията ще успее да разбие трайно хегемонията на масовия туризъм и да промени модела в световен мащаб. Със сигурност обаче поне в близките две години бутикови, устойчиви и алтернативни продукти и дестинации ще се радват на небивало търсене, заниманията на открито ще са хит, а вътрешният туризъм ще процъфтява.

Но туристическият бизнес ще трябва да се адаптира към новата реалност в инфраструктурата на пътуванията: много хигиена, здравни протоколи, персонализиран транспорт, повече онлайн и безконтактни услуги и т.н.

Затваряне на границите, затягане на правилата за пътувания, изисквания за тестове, страхове от налагане на карантина – това се оказа новата картина за сектора. Пандемията подложи на безпрецедентен натиск туристическата индустрия както по света, така и в България. Заразата от коронавирус се превърна в истинска катастрофа за туризма и стана най-големият враг на бизнеса с туристически пътувания в цял свят.

Секторът на туризма в България беше сред най-засегнатите от коронавирусната пандемия у нас. Още в ранна пролет държавите в европейската общност се затвориха, пътуванията, включително с цел туризъм, бяха напълно блокирани, а планове на туристите – тотално объркани. В България в месеците на блокадите – април, май, юни, сривът при нощувките беше съизмерим. Известна активност записаха месеците август и септември, когато в условията на нестихващо разрастване на заразата българският туризъм регистрира сравнително добра посещаемост на туристическите пътувания до страната ни. През лятото вътрешният туризъм се оказа спасителен пояс за българската туристическа индустрия, макар и недостатъчен, за да компенсира сривовете.

Заради ограниченията за пътуване в чужбина масово превърналата се в традиционна лятна дестинация за много българи – Гърция, беше заменена с родното Черноморие. Раздвижването на сектора през лятото изцяло се дължеше на вътрешния туризъм и активността на българите, които бяха възпрепятствани да пътуват в Гърция и Турция. В хватката на пандемията българските туристи преоткриха някои персонализирани туристически модели – самостоятелните къщи за гости се оказаха недостатъчни за нарасналото търсене, докато големите хотелски комплекси останаха празни. На практика, моделът на масовия туризъм, базиран на големи групи нискобюджетни туристи, настанявани в големите черноморски комплекси, се оказа неработещ. На фона на празните хотели по морето процъфтя бизнесът на къщите за гости, малките семейни хотели и апартхотелите. Пандемията доказва, че семейният туризъм е устойчив – базиран на къщи за гости, малки семейни хотели. В същото време, големият индустриален туризъм, свързан с презастрояване и липса на достатъчно източници на хранене, доказва своята неустойчивост. Това е и бъдещето – семейните хотели, къщите за гости, съхранените български традиции с добра храна и хубаво вино.

Тенденцията е валидна и за сферата на туроператорската дейност, където пандемията също показва, че масовият туризъм започва да отстъпва на малките туристически групи и индивидуалния семеен туризъм. Заради националните блокади, затварянето на граници и налагането на карантини българските турагенти не успяха да реализират ваканциите на големите групи чужденци, които обичайно почиват в големите хотелски комплекси

по българското Черноморие. В резултат те останаха пусти, а туристите по родното Черноморие бяха само българи.

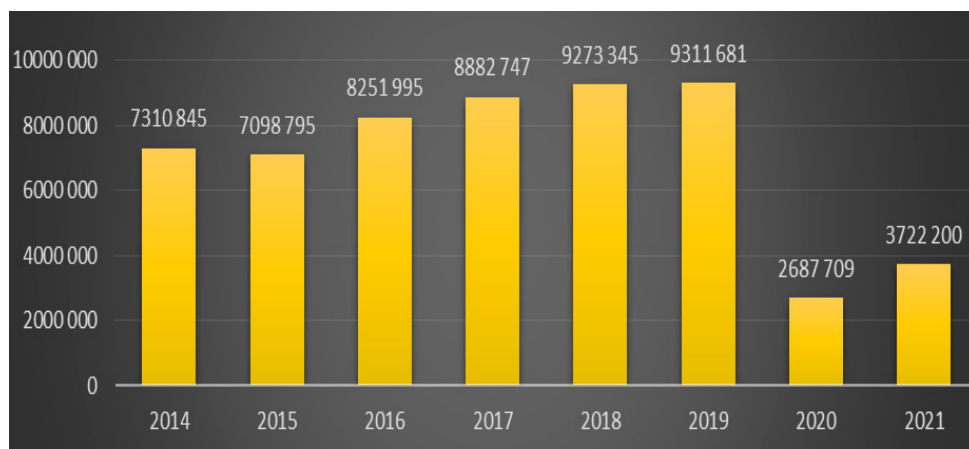
Глобалната епидемия ще ускори тенденцията към бягане от масовия туризъм, ще останат традиционните семейни почивки. Туроператорите трябва да се пренасочат към организирани индивидуални пътувания до 10 човека, както и към по-специализиран туризъм – велотуризм, конен туризъм, извеждащи туристите извън големите градове. Туризмът в малки групи сред природата се реализира успешно и през тази година. Очакванията са този вид туризъм първи да си пробие път след пандемията.

3. Туризм по време на COVID-19

Благодарение на бързата адаптация на туристическия бранш секторът бележи отново ръст в международния туризъм през 2021 г. Увеличението на общия брой туристически посещения на чужденци през 2021 г. спрямо 2020 г. е 38,5%.

Входящ туризъм

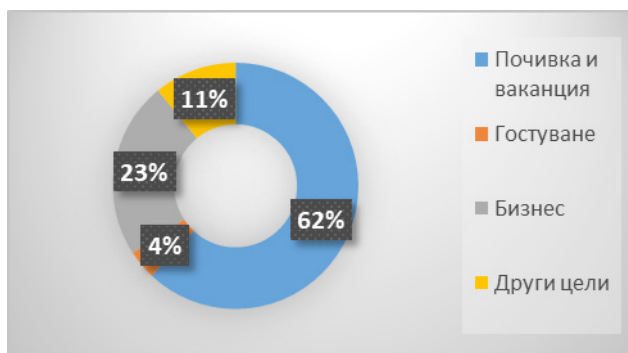
През 2021 г. общият брой туристически посещения на чужденци без транзит в България е 3 722 200, а пренощувалите в места за настаняване чуждестранни туристи са над 1,9 млн.



Източник: НСИ

Фигура 1. Туристически посещения на чужденци в България (брой)

Увеличение има при посещенията с цел почивка и ваканция, като са реализирани 2 306 819 посещения и ръст от 69%. Посещенията с цел гостуване са 143 095. Посещенията с цел бизнес туризъм са 866 377, като те се увеличават с 18,4%. Посещенията с други туристически цели са 405 909.



Източник: НСИ

Фигура 2. Структура на туристическите посещения на чужденци през 2021 г. в %

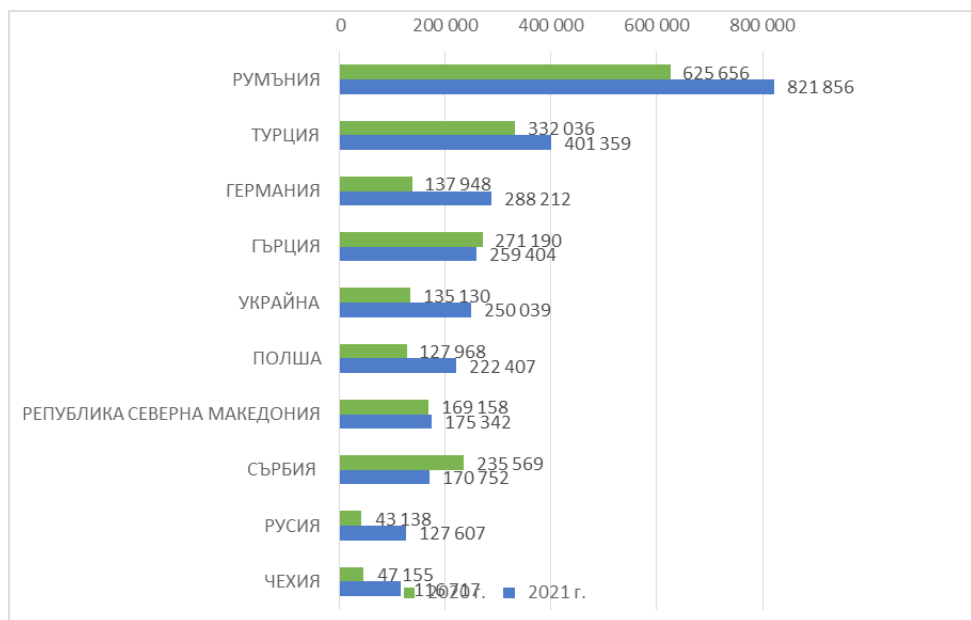
Таблица 1. Туристически посещения на чужденци в България 2021 г.

№	Държава	Брой	Промяна (%) спрямо 2020 г.
Общо		3 722 200	38,5
1	Румъния	821 856	31,4
2	Турция	401 359	20,9
3	Германия	288 212	108,9
4	Гърция	259 404	-4,3
5	Украйна	250 039	85,0
6	Полша	222 407	73,8
7	Република Северна Македония	175 342	3,7
8	Сърбия	170 752	-27,5
9	Русия	127 607	195,8
10	Чехия	116 717	147,5
11	Франция	88 266	152,7
12	Молдова	84 291	137,6
13	Италия	55 725	38,9
14	Обединено кралство	54 989	-39,3

15	Нидерландия	53 970	109,8
16	Израел	53 192	-0,8
17	САЩ	50 809	93,3
18	Белгия	48 030	149,1
19	Австрия	41 537	86,3
20	Унгария	30 597	31,6
21	Словакия	26 085	277,2
22	Испания	24 906	75,1
23	Албания	23 280	48,6
24	Дания	19 367	280,9
25	Литва	16 278	203,4
26	Босна и Херцеговина	14 616	41,7
27	Швеция	13 318	128,2
28	Швейцария	11 949	69,4
29	Естония	11 342	592,9
30	Иран	11 071	98,5
31	Хърватия	11 066	54,2
32	Беларус	10 997	34,6
33	Латвия	9 341	156,1
34	Ирландия	7 917	0,5
35	Португалия	7 671	103,7
36	Филипините	7 063	13,9
37	Грузия	6 807	-2,0
38	Кипър	6 316	39,1
39	Сирия	5 110	19,5
40	Индия	5 032	-3,5
41	Словения	4 763	78,5
42	Канада	4 705	86,0

43	Норвегия	4 419	148,8
44	Финландия	4 201	99,6
45	Черна гора	3 491	3,1
46	Казахстан	3 071	112,5
47	Китай	2 546	-14,4
48	Египет	2 360	35,1
49	Азербайджан	2 350	39,7
50	Люксембург	2 225	153,4

Източник: НСИ



Източник: НСИ

Фигура 3. Туристически посещения на чужденци, пазари топ 10 (брой)

а) Европейски съюз

През 2021 г. страните от Европейския съюз продължават да са важен генериращ пазар за международен туризъм на България с общ обем от 2 193 176 туристически посещения (ръст от 51,4%).

Таблица 2. Туристически посещения на чужденци от държавите от Европейския съюз в България за 2021 г.

№	Държава	Брой	Промяна в (%) спрямо 2020 г.
	ЕС	2 193 176	51,4
1	Румъния	821 856	31,4
2	Германия	288 212	108,9
3	Гърция	259 404	-4,3
4	Полша	222 407	73,8
5	Чехия	116 717	147,5
6	Франция	88 266	152,7
7	Италия	55 725	38,9
8	Нидерландия	53 970	109,8
9	Белгия	48 030	149,1
10	Австрия	41 537	86,3
11	Унгария	30 597	31,6
12	Словакия	26 085	277,2
13	Испания	24 906	75,1
14	Дания	19 367	280,9
15	Литва	16 278	203,4
16	Швеция	13 318	128,2
17	Естония	11 342	592,9
18	Хърватия	11 066	54,2
19	Латвия	9 341	156,1
20	Ирландия	7 917	0,5
21	Португалия	7 671	103,7
22	Кипър	6 316	39,1
23	Словения	4 763	78,5
24	Финландия	4 201	99,6
25	Люксембург	2 225	153,4
26	Малта	1 659	63,4

Източник: НСИ

б) Приходи от входящ туризъм

За периода януари – ноември 2021 г. приходите от входящ туризъм възлизат на над 3,7 млрд. лв., като ръстът спрямо същия период на 2020 г. е 48,2%.

в) Туристически пътувания на български граждани в чужбина

През 2021 г. българските граждани са реализирали общо 5 182 042 пътувания в чужбина, но изследването по дестинации за повечето месеци е прекратено.

4. Очаквани промени след пандемията

Някой от тях са:

– Безконтактни разплащания – COVID-19 се оказва катализатор за навлизането още повече на иновациите и новите технологии в пътуванията и туризма, тъй като безконтактните технологии са основна предпоставка за безопасно и безпроблемно пътуване. Редом с още по-голямото разпространение на безконтактните плащания, тенденцията включва също безконтактно сканиране на документи, гласови команди, сензори за движение, онлайн билети, включително за атракции.

– Все по-голямо използване на личен транспорт, тъй като големите автобуси за трансфери на пътници от летища към хотели и от атракция на атракция определено не са добро решение за идната година и повече. За безопасността на туристите ще се изискват по-персонализирани транспортни решения от операторите и трансфери от врата до врата.

– Заради пандемията туристите, които все пак искат да пътуват в чужбина, по-често избират по-близки дестинации. Едната причина е несигурността около карантините и непрекъснатата промяна в граничните правила, която пречи на планирането. Друга причина е повишеният риск при по-дълги полети. Тази тенденция се очаква да продължи и поне следващата година.

– В ерата на социалното дистанциране природните паузи стават все по-привлекателни. Милиони хора по света тази година обърна поглед към природните атракции, като лагерите и къмпингите на открито, туристическите пътеки, приключенските спортове, националните паркове и плажове, и им дадоха предимство пред хотелите, ресторантите, басейните.

– Като цяло, туризмът се смята за един от най-бързо развиващите се отрасли. В много региони по света той е източник на средства за местното население и инвестиции за региона. Този сектор винаги е в непрекъснат растеж, което показва неговата сила и развитостта му.

5. Развитие на туризма след COVID-19

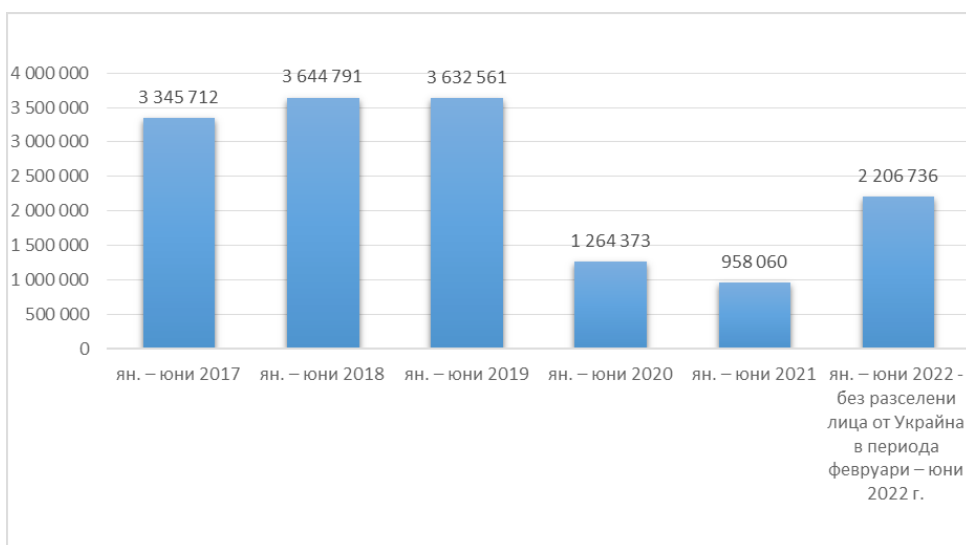
Броят на туристите през този летен сезон бележи ръст от 20% спрямо година по-рано. Въпреки това те остават с една четвърт по-малко спрямо

пиковата 2019 г., която беше последната преди пандемията от коронавирус.

В периода от 1 юни до 25 юли 2022 година общият брой на регистрираните туристи с местата за настаняване надхвърля 1,8 милиона. Вътрешният пазар остава водещ с малко над 990 хиляди направени резервации. Изходящият туризъм бележи ръст, като 3,5 милиона български туристи са избрали съседните на България туристически курорти.

6. Статистически данни за международен туризъм през 2022 г.

а) Входящ туризъм



Източник: НСИ

Фигура 4. Туристически посещения на чужденци (без транзит) в България през периода януари – юни (брой)

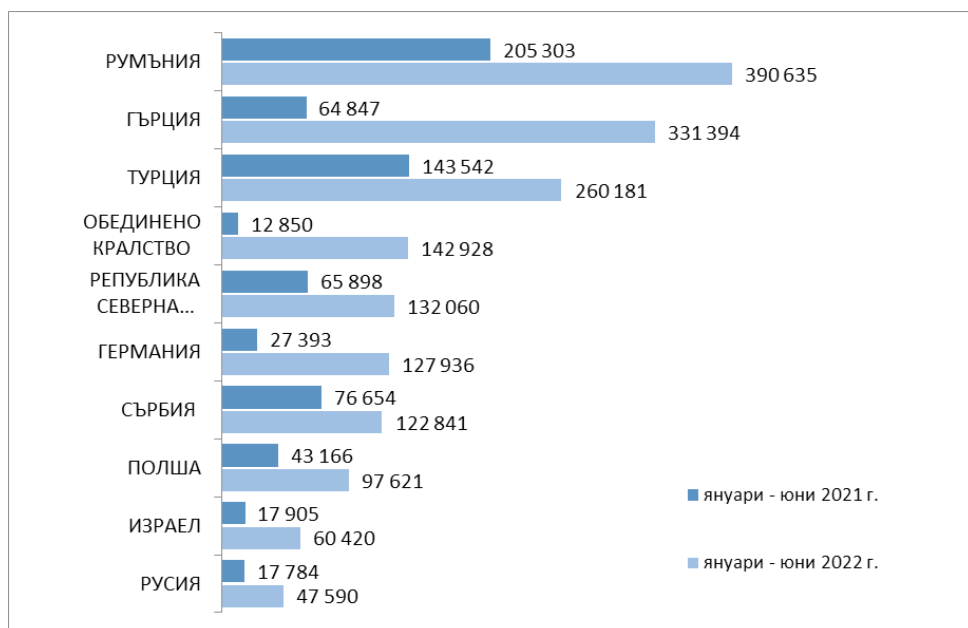
Таблица 3. Туристически посещения на чужденци (без транзит) в България през периода януари – юни 2022 г. – избрани пазари

№	Държава	Брой	Промяна (%) спрямо периода януари – юни 2021 г.
Общо за периода януари – юни 2022 г. – без разселени лица от Украйна в периода февруари – юни 2022 г.		2 206 736	130,3
1	Румъния	390 635	90,3

2	Гърция	331 394	411,0
3	Турция	260 181	81,3
4	Украйна	-	-
5	Обединено кралство	142 928	1012,3
6	Република Северна Македония	132 060	100,4
7	Германия	127 936	367,0
8	Сърбия	122 841	60,3
9	Полша	97 621	126,2
10	Израел	60 420	237,4
11	Русия	47 590	167,6
12	Италия	42 796	245,2
13	Молдова	39 546	70,7
14	Чехия	34 757	92,1
15	САЩ	32 667	90,4
16	Франция	32 105	131,0
17	Австрия	23 652	277,5
18	Нидерландия	22 088	264,2
19	Испания	21 154	278,6
20	Белгия	19 001	263,3
21	Ирландия	15 714	989,7
22	Унгария	14 638	220,2
23	Словакия	10 517	236,0
24	Албания	10 023	-17,6
25	Норвегия	8 746	1184,3
26	Швеция	8 662	276,0
27	Хърватия	8 506	120,7
28	Литва	8 359	164,6
29	Дания	8 197	249,7
30	Босна и Херцеговина	7 812	24,0
31	Швейцария	6 444	161,5
32	Кипър	6 075	400,0
33	Иран	5 485	21,2
34	Грузия	5 363	69,5
35	Латвия	5 228	122,8
36	Португалия	5 099	155,5
37	Филипините	4 891	74,9

38	Канада	4 655	417,8
39	Индия	4 332	118,7
40	Естония	4 173	45,2
41	Беларус	3 808	-8,1
42	Финландия	3 354	307,0
43	Словения	3 220	114,1
44	Сирия	2 529	18,5
45	Австралия	2 426	589,2
46	Китай	2 245	197,7
47	Черна гора	2 194	32,7
48	Азербайджан	2 171	145,6
49	Казахстан	2 009	198,5
50	Бразилия	1 997	465,7

Източник: НСИ



Източник: НСИ

Фигура 5. Туристически посещения на чужденци, избрани пазари

б) Приходи от входящ туризъм

Приходи от входящ туризъм, период януари – май 2022 г. – над 686 млн. евро и ръст около 89%.

в) Туристически пътувания на български граждани в чужбина

За периода януари – юни 2022 г. българските граждани са реализирали общо 3 426 563 пътувания в чужбина. Данните за април, май и юни са представени в табличен вид.

Таблица 4. Туристически пътувания на българи в чужбина

	април 2022	май 2022	юни 2022
Общо	590 458	729 421	680 633
Гърция	135 845	162 856	176 660
Турция	163 818	181 519	160 702
Сърбия	50 935	64 717	59 960
Румъния	47 752	87 430	53 957
Германия	20 546	39 247	² 33 715
Италия	27 363	29 195	28 837
Република Северна Македония	27 389	33 820	23 063
Испания	17 290	20 259	22 511
Австрия	19 241	24 509	19 661
Обединено кралство	9 573	10 432	14 087
Франция	7 308	14 472	14 010
Чешка република	5 135	6 845	9 202
Белгия	12 120	11 172	8 065
Унгария	5 273	5 656	7 473
Хърватия	3 713	3 604	6 873
Словакия	1 740	2 378	5 443
Полша	2 189	4 044	4 692
Нидерландия	5 725	6 232	3 858
Словения	3 840	1 628	3 664
Дания	1 425	763	3 650

Източник: НСИ

БЕЛЕЖКИ

1. <https://www.bia-bg.com/analyses/view/28703/>
2. <https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-za-mezhdunaroden-turizum-v-bulgariya-za-2022-g>
3. <http://www.referati.org/tendencii-v-turizma-prez-poslednite-godini/64472/ref>

4. <https://referatite.org/tendencii-v-razvitiето-na-turizma/17302/ref/p2>
5. <https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-za-mezhdunaroden-turizum-v-bulgariya-za-2021-g>
6. <https://www.cluborfei.com/bg/product/nai-novite-globalni-tendencii-turizma-za>

ЛИТЕРАТУРА

- ВЕЛИКОВ, В., 2008. *Международен туризъм*. София: Матком.
- ВЕЛИКОВ, В.; СТОЯНОВА, М., 2008. *Международен туризъм*. София: Матком.
- КРЪСТЕВА, Р., 2018. *Международен туризъм*. София: Авангард Прима.
- ПЛАЧКОВА, М. и колектив, 2008. *Мениджмънт в туризма*. София: Дионис.
- СЛАВЕЙКОВ, П., 2009. *Икономика на туризма*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
- СТАНКОВА, М., 2010. *Осигуряване на устойчив туризъм в туристическата дестинация*. Благоевград: ЮЗУ „Неофит Рилски“.
- СТАНКОВА, М.; КИРИЛОВ, С., 2011. *Стратегии за устойчив туризъм*. Благоевград: ЮЗУ „Неофит Рилски“.

REFERENCES

- KRASTEVA, R., 2018. *Mezhdunaroden turizam*. Sofia: Avangard Prima.
- PLACHKOVA, M. i kolektiv, 2008. *Menidzhmant v turizma*. Sofia: Dionis.
- SLAVEYKOV, P., 2009. *Ikonomika na turizma*. Sofia: Sv. Kliment Ohridski.
- STANKOVA, M., 2010. *Osiguryavane na ustoychiv turizam v turisticheskata destinatsia*. Blagoevgrad: Neofit Rilski.
- STANKOVA, M.; KIRILOV, S., 2011. *Strategii za ustoychiv turizam*. Blagoevgrad: Neofit Rilski.
- VELIKOV, V., 2008. *Mezhdunaroden turizam*. Sofia: Matkom.
- VELIKOV, V.; STOYANOVA, M., 2008. *Mezhdunaroden turizam*. Sofia: Matkom.

BULGARIAN TOURISM IN THE CONDITIONS OF COVID-19 AND AFTER IT

Abstract. The text describes the essence of tourism. Statistical studies on the development of tourism are considered, its digitization is considered. The number of tourists during and after COVID-19 was examined; Statistics are presented related to the number of tourists who visited Bulgaria for the period from January to December 2021; January to June 2022. Visits to Bulgaria as a tourist destination are considered in comparison to visits by tourists from other countries. The number of Bulgarian tourists visiting other countries is also taken into account.

Keywords: tourism; reservation; tourist; travel; statistics; what's new

✉ **Ivan Bonev**

Teacher in Tourism

“Ivan P. Pavlov” Vocational School of Tourism

4, Lipnik Avenue

Ruse, Bulgaria

E-mail: aivan95@abv.bg