

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“
ФАКУЛТЕТ „ПРОИЗВОДСТЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС“
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА“



Кристина Георгиева Георгиева

**ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛНИ ЕФЕКТИ ОТ
ПРЕПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКА
ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ**

МОНОГРАФИЯ

СВИЩОВ
2020

СЪДЪРЖАНИЕ

Списък на използваните съкращения.....	5
ВЪВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА ПЪРВА. ТЕОРЕТИЧНИ АСПЕКТИ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ И НЕЙНОТО ПРЕПОЗИЦИОНИРАНЕ.....	Error! Bookmark not defined.
1. Същност на туристическата дестинация.....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Дефиниционни съждения за туристическата дестинация.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Класификация на туристическите дестинации.....	Error! Bookmark not defined.
1.3. Основни елементи на туристическата дестинация.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Системен модел на туристическата дестинация.....	Error! Bookmark not defined.
2. Туристическата дестинация от гледна точка на маркетинга.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Жизнен цикъл на туристическата дестинация.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Маркетингов микс на туристическата дестинация.....	Error! Bookmark not defined.
3. Същност на препозиционирането.....	Error! Bookmark not defined.
3.1. Теория на маркетинговото позициониране.....	Error! Bookmark not defined.
3.2. Дефиниране на препозиционирането.....	Error! Bookmark not defined.
3.3. Стратегии на препозициониране.....	Error! Bookmark not defined.
4. Концептуална връзка между туристическата дестинация и препозиционирането	Error! Bookmark not defined.
ИЗВОДИ И ОБОБЩЕНИЯ.....	Error! Bookmark not defined.
ГЛАВА ВТОРА. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ВЪПРОСИ ПРИ ПРЕПОЗИЦИОНИРАНЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ.....	Error! Bookmark not defined.
1. Маркетинговата стратегия на туристическа дестинация България като основа за нейното препозициониране.....	Error! Bookmark not defined.
2. Анализ на факторите и условията на средата и влиянието им върху процеса на препозициониране.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Класификация на факторите, които влияят на развитието на туристическите дестинации.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Специфични предпоставки, обуславящи нуждата от препозициониране на туристическа дестинация България.....	Error! Bookmark not defined.
3. Анализ на ресурсната обезпеченост на туристическа дестинация България.....	Error! Bookmark not defined.
4. Ефекти от препозициониране на туристическа дестинация България.....	Error! Bookmark not defined.
4.1. Икономически ефекти.....	Error! Bookmark not defined.
4.2. Социални ефекти.....	Error! Bookmark not defined.

5. Модел за оценка на ефектите от препозициониране на туристическа дестинация България	Error! Bookmark not defined.
ИЗВОДИ И ОБОБЩЕНИЯ	Error! Bookmark not defined.
ГЛАВА ТРЕТА. ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ ПРОЦЕСА НА ПРЕПОЗИЦИОНИРАНЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ	
Error! Bookmark not defined.	
1. Изследване и оценка на ефектите от препозициониране на туристическа дестинация България	Error! Bookmark not defined.
1.1. Изследване и оценка на основни национални икономически и социални показатели	Error! Bookmark not defined.
1.2. Изследване и оценка на резултати от проведени анкетни проучвания в избрани области на страната	Error! Bookmark not defined.
2. Основни препоръки за повишаване привлекателността на туристическа дестинация България	Error! Bookmark not defined.
3. Конкретни стъпки за усъвършенстване процеса на препозициониране на туристическа дестинация България.....	Error! Bookmark not defined.
ИЗВОДИ И ОБОБЩЕНИЯ	Error! Bookmark not defined.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Error! Bookmark not defined.
БИБЛИОГРАФИЯ	Error! Bookmark not defined.
ПРИЛОЖЕНИЯ	Error! Bookmark not defined.

Списък на използваните съкращения

БВП	Брутен вътрешен продукт
ЕС	Европейски съюз
МСП	Малки и средни предприятия
НСИ	Национален статистически институт
ООН	Организация на обединените нации
ОУТР	Организация за управление на туристическия район
САЩ	Съединени американски щати
СИФ	Световен икономически форум
СОТ	Световна организация по туризъм
СПИН	Синдром на придобитата имунна недостатъчност
ССПТ	Световен съвет за пътувания и туризъм
ТИЦ	Туристически информационен център
ЮНЕСКО/ UNESCO	Организация на обединените нации за образование, наука и култура / United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations
DMO	Destination Management Organization
MICE	Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions
ROI	Return on investments
SPA/СПА	Sanus per aqua (Здраве чрез вода)
TTCI	The Travel and Tourism Competitiveness Index
UNWTO	United Nation World Tourism Organization
WEF	World Economic Forum
WTTC	World Travel & Tourism Council

ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът е дейност, чието икономическо значение непрекъснато нараства. Ежегодно Световната организация по туризъм към ООН (UNWTO) регистрира увеличение на броя на туристическите посещения, приходите от туризъм, заетите в туристическия сектор лица и други. Това превръща отрасъла в инструмент за осъществяване на икономически растеж и социално развитие в рамките на онези места, които желаят да бъдат възприемани като туристически дестинации. Някои от тях с течение на времето под въздействието на редица фактори като: промяна в потребителските предпочитания, силна конкуренция от страна на останалите дестинации и други, започват да функционират неефективно. Нарасналото търсене и предлагане на туристически продукти пораждаат значителни предизвикателства за мениджмънта и маркетинга на туристическите дестинации. Променящите се условия на средата и очакванията на потребителите правят избора между няколко дестинации по-комплексен за туристите и пораждаат нови кризисни ситуации за заинтересованите от развитието на дестинацията страни. Едно от възможните решения в такъв случай е препозиционирането на туристическата дестинация, при което биха възникнали определени положителни икономически и социални ефекти.

Посочените обстоятелства определят научния интерес на автора към изследване и изучаване на препозиционирането на туристически дестинации.

Сред чуждите автори, които изследват въпроси, свързани с туристическата дестинация, са С. Медлик, Г. Шрьодер, Р. Бътлър, Д. Бухалис, Ст. Пайк, А. Морисън и други. Български учени също посвещават изследванията си на темата за туристическите дестинации. Научен интерес към тази област проявяват Св. Ракаджийска, Ст. Маринов, М. Рибов, Т.

Дъбева, Ст. Иванов, Т. Горчева, М. Божинова, М. Янева, Н. Цонев, М. Воденска и други.

Актуалността на избраната тематика се определя от засилената конкуренция, с която се сблъсква туристическа дестинация България, не само от страна на вече утвърдени дестинации, но и от нововъзникващи такива. Сложността на проблема се обуславя и от приложените през последните години маркетингови механизми за повишаване привлекателността на страната в сферата на туризма, чието въздействие е спорно.

Заедно с актуалността, липсата на широко разгърнато теоретично и практическо проучване на включените в съдържанието на настоящия труд въпроси е основен аргумент при определяне на темата. Именно стремежът към изучаване на някои по-слабо изследвани въпроси от разработената проблематика, предизвиква предприемането на настоящото изследване.

При така очертаната актуалност **обект** на изследването е процесът на препозициониране на туристическа дестинация България.

Предмет на монографичния труд са икономическите и социалните ефекти, които възникват в резултат на препозиционирането на туристическа дестинация България.

Въз основа на така дефинираните обект и предмет на научното изследване в монографията се застъпва **изследователската теза**, че могат да бъдат постигнати положителни икономически и социални ефекти в резултат на предприемането на определени стъпки за препозиционирането на туристическа дестинация България.

Основната **цел** на настоящия труд е да се изследват теоретичните и практико-приложните аспекти на препозиционирането на туристическа дестинация България за постигането на желани икономически и социални ефекти, които да бъдат анализирани и оценени.

За постигане на така формулираната цел се поставят следните научно-изследователски **задачи**:

- теоретичен анализ и дефиниране на туристическата дестинация и разкриване на нейните същностни елементи;
- обобщаване на теоретичните постановки, свързани със същността на препозиционирането и стратегиите за неговото прилагане в туризма;
- изследване влиянието на факторите и условията на средата за препозиционирането;
- теоретично изследване на икономическите и социалните характеристики на препозиционирането на туристическа дестинация;
- разработване на модел за оценка на икономическите и социалните ефекти от препозициониране на туристическа дестинация;
- изследване и оценка на ефектите от препозициониране на туристическа дестинация България;
- анализ на потребителското и експертното мнение за позиционирането на туристическа дестинация България;
- извеждане на препоръки за усъвършенстване процеса на препозициониране на туристическа дестинация България.

Реализирането на изследователската цел и формулираните задачи се осъществява чрез комплекс **от изследователски методи и подходи**, по-съществени сред които са: методи на научния анализ и синтез, индукция и дедукция, системен подход, сравнителен метод, статистически методи, наблюдение, анкетен метод и структурирано интервю, и други.

Монографичният труд е основан на разнообразни **информационни ресурси** като статистически данни на НСИ и Евростат; данни от

изследвания и доклади на WTTC, WEF, Министерство на туризма и други; емпирично събрани данни, литературни източници и интернет страници.

Изследователските търсения в монографията, в своята теоретична и емпирична част, са **ограничени** в своя обхват до:

- избор на шест области от туристическа дестинация България (Пловдив, Пазарджик, Добрич, Бургас, Велико Търново и Габрово) като извадка за провеждане на анкетно проучване, тъй като всички те в своята съвкупност са представителни за туризма в България, информационно по-достъпни са и за всяка от областите е характерно развитието на определен специализиран вид туризъм;
- изследване единствено на избрани икономически и социални фактори от препозиционирането;
- изследване на статистически и емпирични данни за периода от 2012 до 2018 г.
- употреба на данни, при които липсва прекъсване на част от времевите редове за определени показатели, свързани с туризма и неговото развитие в България.