



► **КУРИЛОВА Елена Владимировна**

Кандидат экономических наук, доцент,
заведующая кафедрой туристического
бизнеса и гостеприимства

**Уральский государственный
экономический университет**
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45
Тел.: (343) 221-27-42
E-mail: elenak.64@mail.ru



► **ТАНЧЕВ Живко Добромиров**

Старший преподаватель кафедры
туристического бизнеса и гостеприимства

**Уральский государственный
экономический университет**
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45
Тел.: (343) 221-27-42
E-mail: sportzhivko@gmail.com

Ключевые слова

БОЛГАРИЯ

ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ

МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ

ПРОБЛЕМЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

ПЕРСПЕКТИВЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

JEL classification

L83

Тенденции, проблемы и перспективы развития въездного туризма в Болгарии

Аннотация

В статье рассматриваются ключевые тенденции развития въездного туризма в Болгарии с 2012 по 2015 г. Представлен перечень 10 стран, дающих наибольшие потоки туристов. Показано, что страны Европейского союза остаются самыми значимыми для въездного туризма в Болгарии. Анализируются доходы от международного туризма в Болгарии, отмечается противоречивость тенденций развития туризма в различные периоды времени. Уделяется внимание проблемам, препятствующим развитию болгарского туризма. Представлены возможности решения проблем и перспективы развития въездного туризма. Дается прогноз потока туристов в Болгарию до 2030 г.

Востребованность какой-либо туристической дестинации зависит от того, какими ресурсами, лежащими в основе предлагаемых путешественкам турпродуктов, она располагает [1].

Туризм в Болгарии имеет свои традиции, которые являются результатом статуса страны как международного туристского субъекта. Сформировавшись еще в начале социалистического периода, туристический образ Болгарии имеет яркие черты, которые, хотя и сильно ориентированы на летний морской отдых, могут способствовать укреплению ее международного имиджа (в первую очередь на территории Восточной Европы и государств, образовавшихся после распада СССР). Туризм объявлен приоритетным направлением государственной политики, получает значительное место в культурной дипломатии. Он тесно переплетен с участием в конкурсах по принятию крупных культурных и спортивных мероприятий, с проведением Болгарией пользующейся мировым признанием (ООН, ЮНЕСКО и ЮНИСЕФ) Детской Ассамблеи «Знамя мира», международного фестиваля «Золотой Орфей» и др. Выгоды от привлекательного туристического образа страны укрепляют ее политические и экономические позиции как в рамках бывшего пространства СЭВ, так и в международном сообществе в целом. Однако, проводя сравнительную параллель с субъектами конкуренции, следует признать, что туристический образ Болгарии, хотя и приобрел международную известность, по ряду объективных причин, касающихся более скромного туристического потенциала страны, относительно позднего ее выростания в

качестве международной туристической дестинации и более ограниченных возможностей в управлении геоинформацией, не достиг еще уровня привлекательности, который подпитывает «топофилию» таких дестинаций, как Италия, Франция, Испания, Греция [5; 9].

Начиная с 1990 г. в Болгарии произошли значительные изменения в организации и географической направленности международного туризма, которые значительно ослабили «рычаги» воздействия в этом секторе. Туризм сегодня является отраслью с ведущими позициями в национальной экономике, которая к 2014 г. обеспечивала почти 14% ВВП. Однако его фактическое влияние (прямое и косвенное) на экономику значительно больше, потому что многие производственные и сервисные виды деятельности в значительной степени зависят от туризма [2].

Управление, регулирование и контроль туризма в Болгарии осуществляются в соответствии с Законом о туризме, принятым Парламентом страны в марте 2013 г.

Закон упорядочивает общественные отношения с:

- управлением, регулированием и контролем туристической деятельности, услуг и объектов;

- туристическим районированием страны, созданием, устройством и организацией управления туристическими районами;

- полномочиями государственных органов, территориальных органов исполнительной власти и туристических объединений по формированию и проведению политики устойчивого развития туризма.

Inbound Tourism in Bulgaria: Trends, Problems and Prospects

Abstract

The article considers the key trends in the development of inbound tourism in Bulgaria from 2012 until 2015. A list of the top 10 countries with the highest number of arrivals of visitors to Bulgaria is presented. It is demonstrated that the EU countries provide the majority of inbound tourists to Bulgaria. The authors analyze revenue from international tourism in Bulgaria and highlight the inconsistency of tourism development trends in different time periods. The special attention is paid to the problems hampering the development of tourism in Bulgaria. The paper outlines the opportunities to resolve the existing problems and reviews the prospects of inbound tourism development. The authors give the forecast for the inflow of tourists to Bulgaria until 2030.

Цели Закона о туризме:

- обеспечение условий для устойчивого развития туризма и конкурентоспособного национального туристического продукта;
- создание условий для развития специальных видов туризма – культурного, лечебно-оздоровительного, SPA- и велнес-туризма, сельского, экотуризма, конгрессного, детского и молодежного, приключенческого, спортивного, охотничьего, гольф-туризма и др.;
- введение единых критериев для осуществления туристической деятельности и предоставления туристических услуг;
- обеспечение защиты потребителей туристических услуг.

Согласно Закону, въездной туризм – это путешествия в пределах государства лиц, не проживающих постоянно на территории этого государства. Въездной туризм является активным источником поступления иностранной валюты, оказывающим влияние на платежный баланс страны [10].

По мнению Т. Горчевой, въездной туризм в Болгарии имеет тенденцию к повышению количества иностранных туристов начиная с 2005 г. [3].

Динамика въезда иностранных туристов в Болгарию в 2012–2014 гг. представлена на рис. 1.

Видно, что с 2012 по 2014 г. количество туристов, посетивших Болгарию, увеличилось с 6 897 484 до 7 310 845 чел. (на 5,99%).

Отмечается заметное увеличение числа туристов из Молдовы – на 71,4%; Китая – на 70,4%; Беларуси – на 67,7%; Швейцарии – на 55,8%; Турции – на 49,2%; Израиля – на 35,8%; Бельгии – на 33,5%.

Поток туристов из России увеличился на 9,9%.

В то же время имеется тенденция к сокращению количества туристов из Ирландии – на 71,8%; Венгрии – на 36,7%; Словении – на 21,4%; Дании – на 20,2%; Великобритании – на 7,1% [6].

В период с 2012 по 2014 г. страны Европейского союза оставались самыми значимыми для въездного туризма

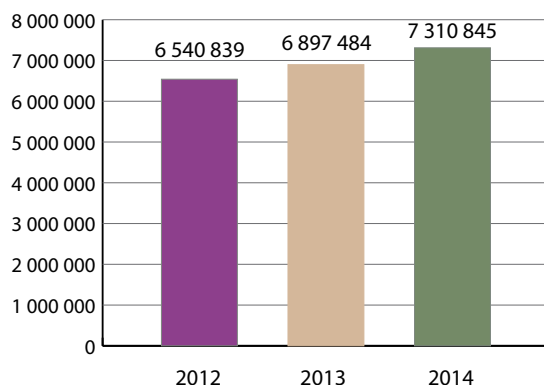


Рис. 1. Количество иностранных туристов, посетивших Болгарию, чел.

► **Yelena V. KURILOVA**
Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor,
Head of Travel Business and
Hospitality Dept.

Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
Phone: (343) 221-27-42
E-mail: elenak.64@mail.ru

► **Zhivko D. TANCHEV**
Sr. Lecturer of Travel Business and
Hospitality Dept.

Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
Phone: (343) 221-27-42
E-mail: sportzhivko@gmail.com

Keywords

BULGARIA
INBOUND TOURISM
DEVELOPMENT MECHANISMS
PROBLEMS OF INBOUND TOURISM
PROSPECTS OF INBOUND TOURISM

JEL classification

L83

Таблица 1 – Динамика туристских прибытий в Болгарию, % общего количества туристов

Страна	2012	2013	2014
Румыния	14,3	13,65	13,0
Греция	14,2	13,56	14,1
Германия	9,9	9,9	9,8
Россия	9,1	9,88	9,0
Македония	5,9	5,8	5,6
Турция	4,5	5,5	6,0
Сербия	4,2	4,4	4,3
Украина	3,9	4,3	3,7
Великобритания	4,04	3,7	3,4
Польша	3,7	3,4	3,5
Прочие	26,26	25,91	27,6
Итого:	100,0	100,0	100,0

Составлено по: Министерство туризма Болгарии – статистическая информация. URL: www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni.

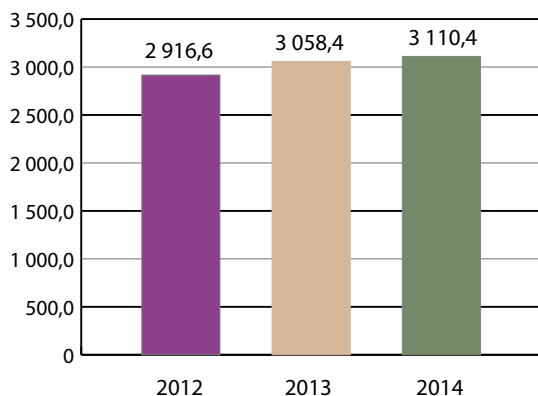


Рис. 2. Доходы от международного туризма в Болгарии, млн евро*

* Составлено по: Министерство туризма Болгарии – статистическая информация. URL: www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni.

в Болгарии; их граждане составляли 63,2% общего количества туристов в 2012 г. (4 131 908 чел.); 60,5% – в 2013 г. (4 174 580 чел.) и 60,6% – в 2014 г. (4 428 332 чел.).

В табл. 1 представлен перечень стран, из которых чаще всего приезжают туристы в Болгарию.

Другая характерная особенность в период с 2012 по 2014 г. – рост доходов от международного туризма в Болгарии (рис. 2).

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что туризм в Болгарии в указанный период успешно развивался [6].

Однако в 2015 г. ситуация значительно изменилась. В Болгарии отмечается снижение числа российских туристов на 25%, что объясняется падением курса российского рубля к евро и политикой Болгарии.

Болгарский туризм теряет и туристов из западноевропейских стран – из Германии, Скандинавских стран и Восточной Европы.

По словам министра туризма Болгарии Николины Ангелковой, прилагаются исключительные усилия для возвращения российских туристов.

Болгария, на фоне новой смены курса валют, рассмотрела уменьшенный вариант визового сбора [2; 5; 8]. С 1 января 2016 г. стоимость визы для россиян снизилась с 35 до 10 евро¹. Кроме того, власти страны объявили этот туристический сезон «свободным от дактилоскопии», т.е. визы будут оформляться по-старому, без необходимости сдавать биометрические данные [4]. Готовятся к открытию дополнительные болгарские визовые центры в России. В настоящий момент их количество 21. По инициативе Министерства туризма Болгарии ведутся переговоры с Европейской комиссией о возможности выдачи всем туристам, приезжающим в страну, виз по прибытии².

¹ Болгария пообещала Российским детям бесплатные визы. URL: <http://obzor.westsib.ru/news/474679>.

² Болгария планирует выдавать туристам визы по прибытии // Актуальные новости. URL: www.actualnews.org/obshestvo/47599-bolgariya-planiruet-vydavat-turistam-vizy-po-pribytii.html.

Проблемы в отношениях между Россией и Турцией могут способствовать увеличению количества российских туристов в Болгарии, но нужно искать компромисс.

С одной стороны, необходимо провести продуманную кампанию и вернуть российских туристов, а с другой – не потерять турецких, количество которых прошлой зимой увеличилось на 30%.

За период с 2014 по 2015 г. для развития туризма в Болгарии были предприняты очень важные шаги:

- в июне 2014 г. правительством Болгарии совместно с владельцами бизнеса была разработана Стратегия развития туризма на следующие 16 лет;

- в конце 2014 г. создано Министерства туризма с активно работающей командой;

- принят новый нормативно-правовой акт о категоризации средств размещения и питания, который является основой для повышения качества туристических услуг. На основании этого документа повысились требования к гостиницам 4 и 5 звезд с целью увеличения количества платежеспособных туристов и продажи высококачественного продукта без компромисса. Была проведена категоризация кемпингов и введены минимальные требования к ним (наличие электричества и воды). Введена система Hotelstars Union – она удобна как туристам, так и отельерам, позволяя адекватно сравнивать отели разных стран, участвующих в системе [5].

Стратегия развития туризма, о которой говорилось выше, содержит в себе долгосрочные пошаговые планы по привлечению инвестиций, развитию внутригосударственного туризма, подготовке профессиональных кадров и персонала, который будет задействован в туристической отрасли. Все эти мероприятия смогут значительно улучшить имидж болгарского туризма.

Согласно Стратегии Болгария выйдет на ведущую позицию в пятерке главных туристических государств в Центре и на Востоке Европы. По планам, Болгария станет территорией круглогодичного туризма, отличающейся ярко выраженной этнической идентичностью, культурными и природными памятниками.

Ключевая идея Стратегии – диверсификация, а не только акцент на сезонный туризм.

Кроме того, на территории Болгарии будет создано туристическое предложение, адресованное лицам старше 65 лет, поскольку именно увеличение продол-

Таблица 2 – Основные проблемы болгарского туризма

Проблемы	Пути решения
Отсутствует ясный имидж Болгарии как туристической дестинации	Создание ясного имиджа Болгарии как туристической дестинации
Нескоординированная рекламная деятельность из-за плохого финансирования государственной туристической администрацией, недостаточно эффективные маркетинговые кампании для продвижения Болгарии как туристической дестинации	Активные национальные маркетинг и реклама туризма
Неустойчивое развитие болгарского туризма	Туристическая деятельность, которая позволяет сохранить на длительный срок природные, культурные и социальные ресурсы и способствует экономическому развитию и благоденствию людей
Выраженная сезонность туризма (сильная зависимость от морского туризма)	Диверсификация туризма и ограничение влияния сезонного фактора
Недостаточно развитая инфраструктура во внутренней части страны (аэропорты, дороги, общественный транспорт)	Создание специализированной туристической инфраструктуры для развития новых и альтернативных туристических продуктов
Недостаточное государственное регулирование туристического бизнеса	Эффективный государственный контроль, поддержка туризма и уменьшение объемов серой экономики в туризме
Недостаточное планирование в использовании территории (чрезмерное строительство, территориальная концентрация туристических производственных ресурсов и продуктов, строительство во время сезона)	Наложение государством запрета на чрезмерное строительство в туризме (особенно во время сезона)
Изменчивость нормативных документов, определяющих правила туристического бизнеса в стране	Совершенствование и создание постоянной нормативно-правовой базы туристической деятельности
Неэффективная система планирования, набора, подбора, мотивации и профессионального развития кадров в туризме	Введение обязательных программ для повышения квалификации менеджеров в туризме
Низкая степень готовности к встрече и обслуживанию туристов	Профессиональное обучение персонала с акцентом на практику

- увеличение количества польских туристов, приезжающих через туроператора TUI, на 40%;
- увеличение количества английских туристов, приезжающих через туроператора TUI, на 30%;
- в первый раз после 4–5-летнего перерыва организация туроператором Thomas Cook туров в г. Бургас;
- увеличение числа полетов турецких авиалиний в Софию и Варну до 3 раз в день.

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO) ожидается среднегодовой рост международных туристических поездок в мире на 3,3% до 2030 г. В том случае, если Болгария успеет разработать новые турпродукты, можно ожидать, что туристические поездки в страну будут отмечать среднегодовой прирост на 4% до 2020 г. и на 3% за период с 2020 по 2030 г. В соответствии с этими прогнозами и при прочих равных условиях можно ожидать, что в 2020 г. Болгария привлечет более 9 млн иностранных посетителей, а в 2030 г. – более 12 млн².

Развитие въездного туризма и увеличение потока туристов в Болгарию напрямую зависит от усилий по использованию традиционных ресурсов и формированию новых турпродуктов на основе реализации Концепции устойчивого и альтернативного туризма. ■

жительности активной жизни является одной из наиболее значимых тенденций, влияющих на современный мировой туризм. Данной возрастной группе будут предложены: бальнеологические курорты, а также культурный, экологический и сельский туризм.

Согласно Стратегии в Болгарии в кратчайшие сроки будет разработана программа, реализация которой сделает государство благоприятным для проживания людей, возраст которых превысил 50 лет. Главной мотивацией для переезда в Болгарию может стать высокая продолжительность жизни наряду с низким уровнем расходов на проживание [7; 9].

Далее следует уделить внимание главным проблемам болгарского туризма и путям их решения (табл. 2).

Самыми развитыми видами туризма в Болгарии являются: морской – 52,4%; горнолыжный – 16,2%; культурно-исторический – 11,1%; SPA-туризм – 6,6%; экотуризм – 4,2%; конгрессный туризм – 4,1%.

Болгария находится на втором месте после Исландии по количеству источников минеральной воды. В стране открыто более 600 источников, представлены почти все типы минеральных вод, встречающихся по всему миру.

Более слабо представлены, но тоже являются перспективными видами туризма сельский, винный, приключенческий (Болгария находится на третьем месте после Чехии и Словакии по потенциалу развития приключенческого туризма среди развивающихся стран¹), событийный, кемпинг, гольф и охотничий туризм.

По прогнозам Министерства туризма Болгарии в 2016 г. ожидается:

- увеличение количества туристов, посетивших Болгарию летом, на 5–10%;
- увеличение количества российских туристов на 30%;

¹ Болгария заняла третье место в индексе развивающихся направлений приключенческого туризма // Ассоциация туроператоров. URL: www.atorus.ru/news/newstof/new/30761.html.

² Стратегия для устойчивого развития туризма в Болгарии 2014–2030. URL: www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&id=902.

Источники

1. Артемьева О.А., Вапнярская О.И., Платонова Н.А. Особенности спроса на туристские продукты, основанные на искусственной аттракции // Маркетинг услуг. 2010. № 3. С. 214–226.
2. Георгиев Г., Василева М. Система защищенных территорий в Болгарии и туризм // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. 2010. Т. 10. Вып. 3. С. 76–86.
3. Горчева Т.В. Международный туризм. Велико Тырново: Изд-во «Фабер», 2009.
4. Конкурентоспособность туристской дестинации / М. Нешков, С. Маринов, В. Казанджиева и др. Варна: Изд-во «ФИЛ» ООД, 2013.
5. Кръстев В. Модели туристской регионализации мирового пространства и место Болгарии в них // Проблемы географии. 2013. Кн. 1–2. С. 17–33.
6. Маринов С. Менеджмент туристской дестинации. Варна: Наука и экономика, 2015.
7. Маринов С. Современные тенденции развития глобального туризма. Бургас: Ун-т «Проф. Д-р Асен Златаров», 2014.
8. Маринов С. Стратегия для природосообразного туризма в природном парке «Странджа». Варна: Наука и экономика, 2014.
9. Маринов С. Теория и история развития туризма. Велико Тырново: Изд-во «Фабер», 2011.
10. Нешков М. Туристская политика. Варна: Изд-во «Славена» ООД, 2012.

References

1. Artem'eva O.A., Vapnyarskaya O.I., Platonova N.A. Osobennosti sprosa na turistskie produkty, osnovannye na iskusstvennoy attraktsii [Peculiarities of the demand for tourism products based on artificial attraction]. *Marketing uslug – Marketing of Services*, 2010, no. 3, pp. 214–226.
2. Georgiev G., Vasileva M. Sistema zashchishchennykh territoriy v Bolgarii i turizm [The system of protected areas in Bulgaria in terms of the implementation of the concept of sustainable and alternative tourism]. *Vestnik NGU. Seriya: Sotsial'no-ekonomicheskie nauki – Vestnik of NSU. Series: "Socio-Economic Sciences"*, 2010, vol. 10, iss. 3, pp. 76–86.
3. Gorcheva T.V. *Mezhdunarodnyy turizm* [International tourism]. Veliko Tyrnovo, Faber Publ., 2009.
4. Neshkov M., Marinov S., Kazandzhieva V. et al. *Konkurentosposobnost' turistskoy destinatsii* [Competitiveness of a tourist destination]. Varna, FIL OOD Publ., 2013.
5. Krstev V. Modeli turistckoy regionalizatsii mirovogo prostranstva i mes-to Bolgarii v nikh [Models of tourist regionalization of the world space and the place of Bulgaria]. *Problemy geografii – The Problems of Geography*, 2013, book 1–2, pp. 17–33.
6. Marinov S. *Menedzhment turistskoy destinatsii* [Management of tourist destination]. Varna, Nauka i ekonomika Publ., 2015.
7. Marinov S. *Sovremennye tendentsii razvitiya global'nogo turizma* [Modern trends in global tourism development]. Burgas, Un-t «Prof. D-r Asen Zlatarov» Publ., 2014.
8. Marinov S. *Strategiya dlya prirodosobraznogo turizma v prirodnom parke «Strandzha»* [The strategy for nature-aligned tourism in the nature park "Strandzha"]. Varna, Nauka i ekonomika Publ., 2014.
9. Marinov S. *Teoriya i istoriya razvitiya turizma* [Theory and history of tourism development]. Veliko Tyrnovo, Faber Publ., 2011.
10. Neshkov M. *Turistskaya politika* [Tourism policy]. Varna, Slavena OOD Publ., 2012.