

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“

Факултет „Финанси“

Катедра „Финанси и кредит“

Докторант Ивелин Симеонов Кичуков, №D010221241

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертация за присъждане на образователна и научна степен
„доктор“ (по икономика) по докторска програма „Финанси,
парично обращение, кредит и застраховка“ (Финанси) на тема:

**„ФИНАНСОВО-ИКОНОМИЧЕСКИ
АНАЛИЗ НА СТРАТЕГИЧЕСКАТА
ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В
БЪЛГАРИЯ“**

Научни ръководители:

Проф. д-р Андрей Захариев и Доц. д-р Петя Иванова

Свищов

2024

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита на заседание на катедрения съвет на катедра „Финанси и кредит“ при Факултет „Финанси“ на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – гр. Свищов.

Данни за дисертационния труд:

Брой страници – 183

Брой фигури – 124

Брой таблици – 6

Брой литературни източници – 82

Брой публикации на дисертанта – 4

Защитата ще се проведе на 16 януари 2024 г. (четвъртък) от 11.00 ч. в Заседателна зала „Ректорат“ на СА „Д. А. Ценов“ и хибридно на адрес:

<https://bbb.uni-svishtov.bg/b/yc7-x2c-dtm>

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

СЪДЪРЖАНИЕ НА АВТОРЕФЕРАТА

I. Обща характеристика на дисертационния труд	5
1. <i>Актуалност на темата.....</i>	<i>5</i>
2. <i>Обект и предмет на изследването</i>	<i>5</i>
3. <i>Изследователска теза</i>	<i>6</i>
4. <i>Цел на дисертационния труд.....</i>	<i>6</i>
5. <i>Задачи и методология на изследването</i>	<i>6</i>
6. <i>Обхват на изследването</i>	<i>7</i>
7. <i>Структура на изследването.....</i>	<i>8</i>
8. <i>Синтетичен преглед на съдържанието и резултатите от изследването.....</i>	<i>11</i>
II. Основно съдържание на дисертационния труд.....	12
<i>Глава първа. ТЕЗИСНИ АНАЛИЗИ И ВИЖДЕНИЯ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ.....</i>	<i>12</i>
<i>Глава втора. МЕТОДИКА ЗА АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ НА НАСОКИТЕ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ.....</i>	<i>15</i>
<i>Глава трета. ВЪЗМОЖНИ НАСОКИ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ НА БАЗА АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ.....</i>	<i>20</i>
<i>Заключение.....</i>	<i>24</i>
III. Насоки за бъдещи изследвания по темата на дисертацията	28
IV. Справка за научните и научно-приложни приноси в дисертационния труд.....	28
V. Списък с публикациите на докторанта	29
VI. Справка за участие на докторанта в научни форуми	30

VII. Справка за съответствие с националните изисквания по Правилника за приложение на Закона за развитие на академичния състав в Република България.....	31
VIII. Наукометрични показатели на дисертационния труд.....	32
IX. Декларация за оригиналност на дисертационния труд.....	33

I. Обща характеристика на дисертационния труд

1. Актуалност на темата

Туризмът е основен сектор на националната икономика в Република България. Неговото развитие в годините, значителните частни и публични инвестиции, възможността за предлагане на целогодишен туристически продукт, богатото културно-историческо наследство, природните дадености с минерални извори, планина, море и реки са добра основа за формиране на стратегическо предимство пред конкурентните дестинации в региона и глобално. Кризата породена от COVID-19 постави целия ХОРЕКА сектор на изпитание и доведе до силна редукция в търсенето на туристически услуги. Практически сектора трябва да се адаптира за функциониране в Ex-post COVID среда, но преди това трябва да намери решение за оцеляване In medias на пандемията.

Инвестициите в туристическа инфраструктура и туристически обекти са дългосрочни решения, които имат своята финансово-икономическа обосновка. Влиянието на COVID-19 върху икономическите субекти в сектора и свързаните отрасли е силно негативно и изисква стратегическа трансформация на предлагания туристически продукт. Той трябва да бъде адаптиран към новите изисквания, с адекватни инвестиции в туристическа суперструктура и инфраструктура, съобразно параметрите на безопасност и здравеопазване, разписани в документи на ЕС.

2. Обект и предмет на изследването

На тази основа за **обект** на изследването се определя туризмът в Република България.

Предмет на научния труд е стратегическата трансформация на туризма в България в условията постепидемично възстановяване.

3. Изследователска теза

Тезата в дисертацията се свързва с твърдението, че Форсмажорното въздействие на световната пандемия, породена от болестта COVID-19 налага прецизиране и преоценка на всички досегашни решения за финансиране и инвестиране в туристическия отрасъл в посока оперативно адаптиране и стратегическа трансформация на целия туристически сектор за функциониране по време и след пандемията.

4. Цел на дисертационния труд

Целта на дисертацията е да се направи финансово-икономически анализ и предложат решения за оперативно адаптиране и стратегическа трансформация на целия туристически сектор за функциониране по време и след пандемията COVID-19 при отчитане на конкурентните предимства на страната.

5. Задачи и методология на изследването

Следвайки така обоснованата актуалност и формулирани обект, предмет, теза и цел, могат да се формулирани следните **задачи** в дисертацията.

Конкретните **задачи**, които се поставят в разработката, са:

Първо. Да се конструират тезисни аналитични постановки за конкурентна трансформация на туризма за целите на увеличаване дела и приноса на отрасъла към растежа на БВП в условия на постепидемично възстановяване.

Второ. Да се изгради методика за приложно изследване на насоките за стратегическа трансформация на туризма в България чрез използване на клиентоцентричен подход за анкетно проучване.

Трето. Да се отчетат, систематизират и анализират резултатите от анкетното проучване, като на тяхна база се обосноват насоки за подобрения

в националните стратегически документи за осигуряване на по-висока добавена стойност в отрасъла и по-голям дял в БВП на база абсолютните и относителни международни предимства и дадености на страната.

В **методически** аспект изследването се основава върху използването и прилагането на сравнителния анализ, анкетния методи, корелационния анализ, методите на дедукцията и индукцията, статистическите методи за анализ, графично илюстриране на резултати от обработка на данни анкетното проучване по ликертовата скала и др.

6. Обхват на изследването

Изследователския фокус в дисертационния труд, в тяхната теоретична и емпирична част, се ограничават в своя обхват до конкретни проблеми на в сектора на „Туризма“, които се свързват най-вече с техните финансово-икономически измерения. Стратегическата трансформация на туризма в България се определя като съвкупност от финансово-икономически анализи, управленски мерки и действия, които да обосноват вземането от страна на властите на решение за определяне на отрасъла за стратегически и подкрепят политиките за насищане с инвестиции в публичната техническа инфраструктура, чрез които да се подобри достъпа до туристически комплекси и туристически обекти с водещо разбиране за неговия всесезонен характер, както и адекватна бюджетно осигурена международна реклама, базирана върху древната история, климатично-природните дадености, балнеологията, здравето и красотата. **Извън обхвата** на изследването остават класическите анализи и оценки на туризма като отрасъл, като се дава акцент върху тези промени, които чрез стратегическа трансформация да се постига подобрене във финансово-икономическите показатели на икономическите оператори и клиентската удовлетвореност.

7. Структура на изследването

Дисертационният труд е с общ обем 183 стандартни страници, структуриран в три глави по следния начин:

НАУКОМЕТРИЧНИ ПОКАЗАТЕЛИ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД	2
ВЪВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА ПЪРВА. ТЕЗИСНИ АНАЛИЗИ И ВИЖДЕНИЯ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ.....	11
<i>1. Критичен анализ на националните стратегически документи за развитие на туризма в България.....</i>	<i>12</i>
<i> 1.1. Устойчивото развитие на туризма – между пожеланията и реалностите.....</i>	<i>12</i>
<i> 1.2. Рамка за финансово-икономически анализ на тенденциите в сектора на туризма чрез оценка на социалното въздействие.....</i>	<i>16</i>
<i>2. Черноморската транспортна мрежа като фактор за следепидемично възстановяване на туристическия сектор ..</i>	<i>25</i>
<i> 2.1. Черноморската транспортна мрежа и преодоляването на „тесните“ места за логистика на организирани туристи</i>	<i>26</i>
<i> 2.2. Въздушният превоз на туристи до Варна и Бургас като фактор за ускорени инвестиции в черноморската транспортна мрежа.....</i>	<i>31</i>
<i>3. Развитие на туризма в дунавския лимес – програмна подкрепа, маршрути и проектни идеи.....</i>	<i>35</i>

<i>3.1. Рамка за изследване на възстановяването на туризма в условията на COVID-19</i>	<i>36</i>
<i>3.2. Инфраструктурна подкрепа за развитие на дестинация „Дунавски лимес“</i>	<i>37</i>
<i>3.3. Проектни идеи и маршрути за туристическа дестинация „Дунавски лимес“ чрез ТГС „България – Румъния“ (2021-2027 год.)</i>	<i>39</i>
4. Борсов анализ и оценка на туристическите дружества на българския капиталов пазар	45
<i>4.1. Сектор „Туризм“ – национални курорти локации и капиталови позиции</i>	<i>46</i>
<i>4.2. Фундаментален анализ и оценка на борсовия тренд на публични туристически дружества на българска фондова борса</i>	<i>48</i>
<i>4.3. Корелационен анализ на борсовите котировки на „Албена“ АД и индекса SOFIX</i>	<i>53</i>
ГЛАВА ВТОРА. МЕТОДИКА ЗА АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ НА НАСОКИТЕ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ	60
<i>1. Методически основи за провеждане на емпирично изследване в сектора на туризма чрез Ликертова скала</i>	<i>61</i>
<i>2. Обосновка на раздели и въпроси за анкета за оценка на насоки за стратегическа трансформация на туризма в България</i>	<i>62</i>
<i>3. Описание на извадката в анкетното проучване</i>	<i>80</i>
<i>4. Ex ante критичен анализ на състоянието на туристическия сектор в България</i>	<i>85</i>

5. <i>Статистически показатели за следепидемично възстановяване на туристическия отрасъл в България.....</i>	<i>87</i>
ГЛАВА ТРЕТА. ВЪЗМОЖНИ НАСОКИ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ НА БАЗА АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ.....	98
1. <i>Анкетни резултати от раздел втори - оценка на степента на развитие на видовете туризъм в България</i>	<i>99</i>
2. <i>Анкетни резултати от раздел трети - финансово-бюджетна рамка и държавна политика в подкрепа на туризма в България</i>	<i>107</i>
3. <i>Анкетни резултати от раздел четвърти - иновации и туристическа инфраструктура в България</i>	<i>118</i>
4. <i>Анкетни резултати от раздел пети – макроикономика и фискално облагане на туризма</i>	<i>133</i>
5. <i>Анкетни резултати от раздел шести – международна конкуренция и бранд България.....</i>	<i>141</i>
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	163
СПИСЪК НА ФИГУРИТЕ	166
СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ	168
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	169
БИБЛИОГРАФИЯ	171
АВТОРСКИ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИЯТА.....	182
ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ	183

8. Синтетичен преглед на съдържанието и резултатите от изследването

В глава първа се изследва в теоретико-проблемен аспект приложното поле на националните стратегически документи за развитие на туристическия отрасъл. Даден е фокус върху потенциала за развитие на туризма по дунавския лимес. В подкрепа на водещата туристическа дестинация – черноморския летен туризъм е направено изследване за позитивното влияние на инвестициите в транспортна мрежа и транспортна свързаност за подобрене на достъпа на туристи до водещите ни курорти чрез сухопътен и въздушен транспорт.

В глава втора се обосновава методика за провеждане на анкетно проучване сред клиенти и икономически оператори в туристически сектор. На база унифицирана ликертова скала е представена структура и съдържание по раздели и въпроси на анкета, на чиято база да се изведат насоки за стратегическа трансформация на сектора. Чрез статистически показатели е изведен мониторинг на текущото състояние и е дадена оценка на степента на следепидемично възстановяване в сектора на туризма.

В глава трета са представени в графичен вид резултатите от анкетното проучване като са дадени основни изводи и е направен анализ на разпределенията в отговорите на респондентите. На тяхна база са формулирани градивни предложения за подобрения в националните стратегически документи за постигане на позитивна трансформация на отрасъла. Тези предложения са обвързани с възможности за подобрени финансово-икономически показатели на икономическите оператори, повишена клиентска удовлетвореност и увеличен входящ туристически поток с всесезонен характер.

II. Основно съдържание на дисертационния труд

Глава първа. ТЕЗИСНИ АНАЛИЗИ И ВИЖДЕНИЯ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

Изследователската хипотеза, която се тества в глава първа, се формулира, както следва: Чрез тезисен подход може да се обоснове адаптивен за пост епидемичното възстановяване набор от идеи и насоки за стратегическа конкурентна трансформация на туризма, което да води за целите на увеличаване дела и приноса на отрасъла към растежа на БВП в условия на пост епидемично възстановяване.

За решаване се поставя задачата да се конструират тезисни аналитични постановки за конкурентна трансформация на туризма за целите на увеличаване дела и приноса на отрасъла към растежа на БВП в условия на постепидемично възстановяване.

С оглед на така формулираната хипотеза глава първа е структурирана в следните обособени части. В параграф 1 се развива критичен анализ на националните стратегически документи за развитие на туризма в страната. В параграф 2 се поставя акцент върху черноморската транспортна мрежа като фактор за след епидемично възстановяване на туристическия сектор, както от гл. т. на шосейна мрежа, така и от гл. точка на логистиката с въздушен транспорт от и към летищата в Бургас и Варна. В параграф 3 се изследва програмната подкрепа, възможните маршрути и проекти идеи за развитие на туризма в дунавския лимес. В параграф 4 се развива от финансово-икономическа гледна точка оценката на капиталовия пазар за икономическите оператори от туристическия сектор, които търгуват свои акции на БФБ-София и участват в индекса SOFIX. Чрез резюме са представени основните резултати от изследванията по глава първа.

В рамките на изложението в глава първа могат да се обобщят следните

по-важни резултати, изводи и констатации:

Първо. С Решение № 65 от 2 февруари 2018 г. на МС е приета Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. Заедно със този основен стратегически документ е утвърден и План за действие към нея за периода 2017-2020 г. В този документ е дефинирана стратегическа визия за сектора „България: предпочитана дестинация за устойчив туризъм в четири сезона“. От четирите характеристики на България като туристическа дестинация именно последната има най-отчетлива икономическа обвързаност: „туризмът в България ще бъде сред водещите (структуроопределящи) сектори на националната икономика, който: използва ефективно ресурсите на страната за създаване на нарастващ национален доход и добре платена трудова заетост; създава ресурси и условия за опазване и защита на околната среда и културно-историческото наследство; създава ресурси и условия за социално благополучие на местните общности.

Второ. Без навременни инвестиции в черноморската транспортна инфраструктура е немислимо постигане на устойчив растеж в туристопотока и бърза възвращаемост на значителните инвестиции в леглова база по крайбрежието на областите Бургас, Варна и Добрич. Преодоляването на „тесните“ места в двата големи областни града чрез транзитни и околоръстни пътища следва да бъде правителствен приоритет през новия програмен периода 2021-2027 год. Заявката на местните общности чрез ПИРО определени цели да подкрепи развитието на туризма и да привлече значителни инвестиции в определената като проблем общинска пътна инфраструктура. Естествено остава отворен въпроса и за дългоочакваното трасиране на АМ „Черно море“ с чието проектиране и изграждане ще бъде затворен магистралния пръстен на страната и ще се увеличи многократно достъпността до курортните ни центрове на туристи, пътуващи със собствен автотранспорт.

Трето. Създаването на туристическа дестинация „Дунавски лимес“, следва да бъде базирана върху обектите, включени в кандидатурата на България за участие в индикативната листа на световното културно наследство на ЮНЕСКО. Това може да се постигне чрез създаване на система за управление на тези обекти, инвестиции за осигуряване на физическа транспортна връзка между тях по река Дунав, вкл. чрез веломаршрут, формулиране на наратив и маркетинг на продукта. Приоритетните оси с техните стратегически цели на програмата за ТГС „България-Румъния“ 2021-2027 год. следва да се разглеждат като основна възможност за грантова подкрепа на възстановяването на туризма в дунавския лимес в периода след COVID-19. Това от своя страна ще подпомогне икономиките на двата най-бедни региона в ЕС, каквито се явяват българските придунавски BG31 и BG32, и подобри техните показатели за БВП per capita.

Четвърто. Сектор „Туризъм“ е основа за икономическо развитие на страни, където природните дадености позволяват привличане на международен поток от туристи, както през лятото, така и през зимата. България определено е страна с туристически дадености и доброто съчетани на изградени с десетилетия курорти на черноморското крайбрежие и в планините дава възможности за развитие на туристически продукт с регионално и континентално значение. Изграждането на подобни курорти естествено изисква мащабни инвестиции и оборотни средства за поддръжка както на хотелските бази, така и на свързаната инфраструктура. Оценката за успеха на тези инвестиции се дава от пазара по отношение на оценката на капитала на собствениците на тези курорти, доколкото те са публични дружества, чиито акции се търгуват на капиталовия пазар. При изследване на туристически дружества на българския капиталов пазар може да се изведат изводи за техните капиталови позиции и борсовото представяне на публичните туристически дружества на българския капиталов пазар.

Пето. Инвеститорските оценки чрез борсовите курсове, отразени в пазарната капитализация на туристическите дружества дават основа за анализ на тяхното борсово представяне, което на свой ред отразява промените в състоянието на сектора.. Публично търгуваните туристически дружества на българския капиталов пазар имат динамична пазарна капитализация и променлив тренд на цени на акциите, което е функция на капиталови позиции и фундаментален финансов анализ. След фундаментален анализ на борсово търгуваните български туристически дружества – „Албена“ АД и „Златни пясъци“ АД се прави анализ и оценка на борсовия тренд в цените на акциите на дружествата за период от пет години (2017-2022 год.) и се развива корелационен анализ на борсовите котировки на водещото публично туристическо дружество „Албена“ АД спрямо основен индекс на БФБ. Дескриптивната статистика потвърждава разнопосочния тренд на двете групи масиви с данни – тези за SOFIX и респ. на „Албена“ АД. Коефициентът на вариация е с най-висока стойност за котировките за „Албена“ АД с цена „Минимум“ от 30.55%. Най-ниска е стойността на коефициента на вариация на SOFIX за котировка „Максимум“ от 12.33%.

Глава втора. МЕТОДИКА ЗА АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ НА НАСОКИТЕ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

Изследователската хипотеза, която се тества в глава втора се формулира, както следва: Чрез обосновка на въпросник за приложно изследване с унифициран характер на отговорите по методиката на Ликертовата скала може да се проведе клиентоцентрично анкетно проучване, което да изведе и приоритизиране на насоки за стратегическа трансформация на туризма в България.

За решаване се поставя **задачата** да се изгради методика за приложно

изследване на насоките за стратегическа трансформация на туризма в България чрез използване на клиентоцентричен подход за анкетно проучване.

С оглед на така формулираната хипотеза глава втора е структурирана в две обособени части. В параграф 1 е обоснована методиката за провеждане на анкетно проучване чрез Ликертова скала. В параграф 2 са основните групи въпроси и дадени техните формулировки. В параграф 3 е са дадени резултатите от описанието на извадката от анкетното проучване. В параграф 4 са изведени авторски критики и насоки за корекции в стратегическите документи за развитие на сектора на туризма. Чрез резюме са представени основните резултати от изследванията по глава втора.

В рамките изложението в глава втора са изведени и обобщени следните по-важни резултати, изводи и констатации:

Първо. Използването на дихотомна Ликертова скала в диапазона от „1“ до „5“ (петстепенна скала, като 1 = „Силно несъгласие“; 2 = „Несъгласие“; 3 = „Неутрално мнение“; 4 = „Съгласие“ и 5 = „Силно съгласие“) позволява извеждане на експертни и клиентски оценка от селектирани респонденти. Поради идентичност на скалата се дава възможност за последващо конструиране на корелограми. За всеки въпрос може да се приложи дескриптивна статистика, както базисно се калкулира средна за всяка група (в точки по Ликеровата скала), стандартно отклонение от средната (отново в точки по Ликеровата скала), както и коефициент на вариация (в %) спрямо средната аритметична.

Второ. Конструираната анкета от 104 въпроса е разпределена в следните раздели: Раздел първи – Профил на анкетираното лице; Раздел втори – оценка на степента на развитие на видовете туризъм в България; Раздел трети – финансово-бюджетна рамка и държавна политика в подкрепа на туризма в България; Раздел четвърти – туристическа и пътна инфраструктура в България; Раздел пети – макроикономика и фискално

облагане на туризма; Раздел шести - Международна конкуренция и бранд „България“.

Трето. Анкетното проучване за установяване нагласите за стратегическа трансформация на туризма в България е проведено през лятото на 2024 год. сред 174 респонденти. Водеща за извадката е групата на бенчмарк секторни клиенти ФЛ с дял от 73%, следвани от икономическите оператори - ЮЛ с дял от 23% и НПО с дял от 6%. Сред анкетираните преобладават лицата с висше образование, ОКС „Магистър“ с дял от 53.4%, следвани от тези с ОКС „Магистър“ и дял от 25.9%, както и защитилите дисертация с дял от 12.1 % (т.е. тези с ОНС „Доктор“ по съответни научни специалности). Според критерия за месечен брутен доход водеща е категорията с доходи над максималния осигурителен праг от 3750 лв. (дял от 39.7%), следвани от категорията с доходи от 2501 до 3750 лв. с дял от 21.3%, респ. следвани от категорията с доходи от 1501 до 2500 лв. (12.6%). 19.5% от респондентите не са пожелали да дадат отговор на поставения финансов въпрос. На финансовия въпрос за дела на доходите които се отделят за туризъм от семейния бюджет с водещ дял е категорията от 6% до 10% (31%), следвани от категорията от 11% до 20% (с дял от 27.6%). На трето място е категорията с дял над 20% от доходите (19.5%), а на четвърто място е категорията с дял до 5% (14.5%). Всички това показва, че характеристиките на извадката отговарят на предварително зададените критерии за анкетиране на бенчмарк клиенти физически лица и икономически оператори с активно ангажиране със сектора на туризма. Всички анкетирани клиенти обаче са български граждани, което съпоставено с данните на Министерство на туризма за запълване на легловата база на хотелите през силния летен сезон е, и си остава основния ресурс за следепидемично възстановяване на сектора.

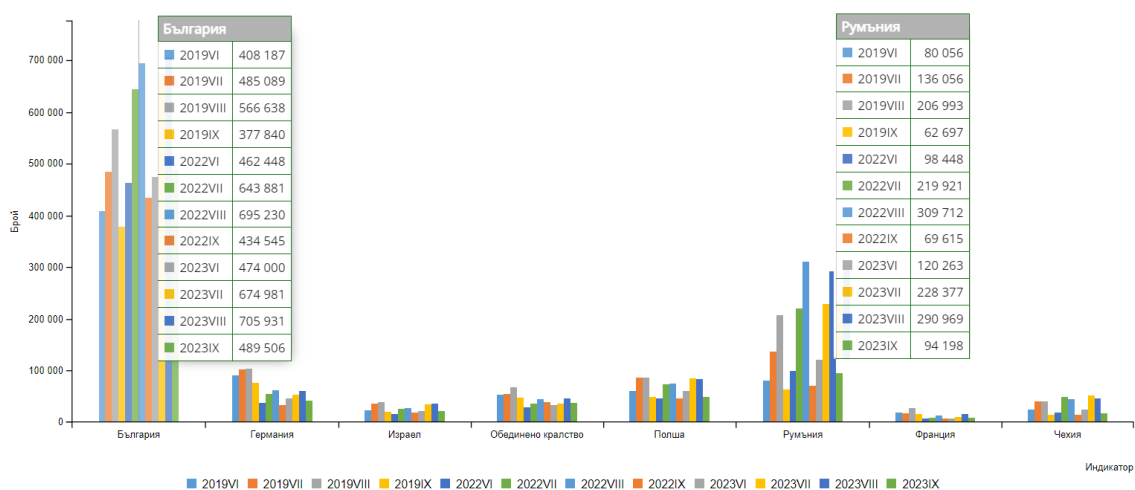
Четвърто. На база на Ex ante критичен анализ са изведени дванадесет авторски критики и насоки за спешни корекции в стратегическите

документи за развитие на сектора на туризма. Сред тях може да се посочат:

- 1) Липса на национална и международна реклама;
- 2) Липса на конкретизирана реклама, в националните ни медии и чуждестранни такива, която показва България като спа, приключенски, исторически, балнеологичен, морски и зимен туризъм;
- 3) Липса на финансиране по европрограми за разлика от съседите ни, които са ни преки конкуренти;
- 4) Невключване на туризмът националния план за възстановяване и устойчивост за разлика от съседите ни и преки конкуренти;
- 5) Константност на бюджетите на ниво министерство на туризма през последните 10 години за разлика от съседите ни преки конкуренти;
- 6) Туризмът не е национален приоритет, което обезсмисля работата на Министерството на туризма за разлика от съседите ни и преки конкуренти;
- 7) Държавата ни не се възползва от предимството ни, че сме втори в Европа с минерални извори;
- 8) Държавата ни не се възползва от предимството ни, че сме в петицата в света по културно наследство;
- 9) Държавата ни не се възползва от опцията поклоннически туризъм;
- 10) Липса на връзка община – държава – НПО;
- 11) Критично ниско ниво на дигитализация по отношение на туризма;
- 12) Липса на държавна политика относно проблема с внос на работна ръка от трети страни.

Пето. Данните за брой регистрирани туристи по месеци за летни сезони 2019, 2022 и 2023 год. по основни пазари за входящ туристически поток ясно показват, че основното запълване на легловата база в летния отпускарски сезон е от вътрешен туризъм на българи, като се отчита категорично повишаване спрямо базисната предепидемична 2019 год. Увеличението за българските туристи на посещенията на туристически обекти за месец юли отчита увеличение с 16%. Рекордни са данните за месец юли от 1.39 пъти увеличение. Като най-пиков за ползване за летен отпуск се очертава месец август с почти 706 хил. регистрирани в хотели български туристи, като и мащаба на нарастване на този брой е 24.6% през 2023 г.

спрямо 2019 г. Анализът на общия поток туристи за летните месеци обаче ясно показва, че входящият поток от чуждестранни туристи през силния летен туристически сезон е с негативна тенденция. Във всеки един от месеците от юни до септември липсва подобрене в данните за 2023 г. спрямо 2019 год. Общият спад на гостуващи чужденци е от 2804469 през 2019 г. на 2523508 през 2023 год. (или намаление с 10%). Спадът на посещенията на чужденци по месеци е както следва: за месец юни с 19.2% до ниво от 501537 души за 2023 год.; за месец юли спадът е с 5.7% до ниво от 766349 души; за месец август спадът е със 7.4% до ниво от 834609 души, а през месец септември спадът е с 10.3% до ниво от 421013 души. Динамиката на ранга от над 4.6 млн. туристи (общо български и чуждестранни) в местата за настаняване с 10 и повече легла за периода 2019-2023 год. при коефициент на вариация от 28.40% и стандартно отклонение от 1.94 млн. души сочи огромни пропуснати ползи за сектора на туризма. Данните ясно показват, че възстановяването на отрасъла в неговия експортен компонент е по-скоро химера, а не реалност.



Фигура 1. Брой регистрирани туристи по месеци за летни сезони 2019, 2022 и 2023 год. по основни пазари за входящ туристически поток

Източник: МТ, Статистически данни за 2023 г.

Глава трета. ВЪЗМОЖНИ НАСОКИ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ НА БАЗА АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ

Изследователската **хипотеза**, която се тества в глава трета се формулира, както следва: Подобренията в националните стратегически документи, за осигуряване по-висока добавена стойност в отрасъла и по-голям дял в БВП следва да бъдат основани на анализ на оценка на нагласата на потребителите и доставчиците на туристически услуги в условия на прецизно отчитане на абсолютните и относителни международни предимства и дадености на страната в условия на силна отраслова конкуренция от страна на съседите Гърция и Турция и геополитически предизвикателства.

За решаване се поставя задачата да се отчетат, систематизират и анализират резултатите от анкетното проучване, като на тяхна база се обосноват насоки за подобрения в националните стратегически документи за осигуряване на по-висока добавена стойност в отрасъла и по-голям дял в БВП на база абсолютните и относителни международни предимства и дадености на страната.

С оглед на така формулираната хипотеза глава трета е структурирана в следните обособени части. В параграф 1 извежда анкетни резултати от раздел втори - оценка на степента на развитие на видовете туризъм в България. Параграф 2 е с анкетни резултати от раздел трети - финансово-бюджетна рамка и държавна политика в подкрепа на туризма в България. Параграф 3 е с анкетни резултати от раздел четвърти - иновации и туристическа инфраструктура в България. Параграф 4 е с анкетни резултати от раздел пети – макроикономика и фискално облагане на туризма. Последният параграф 5 е с анкетните резултати от раздел шести – международна конкуренция и бранд България. Във формата на резюме са представени основните резултати от изследванията по глава трета.

В рамките изложението в глава трета са изведени и обобщени следните по-важни резултати, изводи и констатации:

Първо. Твърдението, че летният туризъм по българското Черноморие е добре развит и възвръща инвестициите намира подкрепа сред 32.8% от анкетираните. С противоположно мнение на несъгласие с 27.6%. За зимния туризъм подкрепата е 32.8% срещу 21.3%. Балнеоложкият, СПА и уелнес туризъм имат силно изразен подкрепа сред респондентите. Превишението на позитивните над негативните отговори е с впечатляващата пропорция от 2:1, което спрямо всички останали видове туризъм е на водещо място като подкрепа. Историческият, културният и събитийен туризъм имат значителен потенциал за развитие. В момента обаче се ползват едва 20% от даденостите при положение, че България заедно с Гърция и Италия е на трето място в Европа по исторически артефакти.

Второ. При дадената база от 100 лв. за нощувка със закуска в хотел по българското Черноморие 32.8% от респондентите са склонни да похарчат допълнително на ден за услуги и забавления между 40 и 80 лв. (водещ отговор), следвани от тези, посочили сумата между 80 и 120 лв. на ден (26.4%). Една шеста от респондентите са склонни да похарчат над 120 лв. на ден за услуги забавления, което потвърждава потенциала за развитие на този съпътстващ сектор. От гледна точка на разходите за храна при горните базисни условия отчитаме, че има склонност да се похарчи сума, равна или по-голяма от цената на нощувката. Всичко това ясно показва, че ХоРеКа сектора и силно интегриран и изисква комплексно развитие както на хотелите така и на базата с ресторанти и кафенета. Последното горещо лято на 2024 год. и оскъдния снеговалеж през зимата на 2023 год. са индикатор за цялостна промяна на климата на Балканите и в България. Ето защо респондентите подкрепят мнението и изразяват загриженост за възможното „свиване“ на зимния туристически сезон (в отношение 3:1). Алтернативно на предходния въпрос се установява потенциал за разширяване на месеците

за летен туристически сезон извън класическите юни – септември. Тук подкрепата на позитивните отговори спрямо негативните е отново в отношение 3:1. Критичното мнение спрямо действията и политиките на Министерство на туризма е сред над 50% от респондентите и превишава позитивните нагласи в пропорция 3:1. Това е ясен индикатор, че МТ не се справя с основната си мисия – са промотира отрасъла. Сезонният характер на приходите от туризъм е аксиоматичен. Твърдението се подкрепя от над 60% от респондентите и превишава отрицателните становища в пропорция от 4:1.

Трето. Ефектът от въздушния Шенген тепърва следва да се анализира, независимо от това подкрепата на респондентите е в пропорция от 3:1. Категорично е мнението на респондентите за позитивния ефект от инвестициите на нови пътни артерии, увеличаващи достъпа до основния курорт в южното Черноморие – „Слънчев бряг“. Превишението на позитивната ликертова скала над негативната е в отношение от 3:1. Становището на респондентите, че телевизионната реклама е по-силна от рекламата в социалните мрежи намира подкрепа на една трета от респондентите. Това показва, че социалните мрежи имат своя потенциал и нарастващ пазарен дял. Съвременните ERP системи могат да бъдат успешно внедрявани във всеки сектор, вкл. и в ХоРеКа сектора. Туризмът сам по себе си е благодатна сфера за управленски иновации, което намира подкрепа сред над 60% от респондентите и превишава негативните мнения в пропорция от 6:1. Категорична е подкрепата на респондентите и сред експертите на БАТ за необходимостта туризмът да стане национален отрасъл. Над три четвърти от респондентите имат позитивно становище и то превишава негативното рамо на ликертовата скала в пропорция от 10:1. Позитивната оценка за конкурентните предимства на българския туризъм спрямо останалите балкански държави намира подкрепа сред 73% от респондентите.

Позитивното становище превишава негативното рамо на ликертовата скала в пропорция от 8:1.

Четвърто. Влиянието на еврото по примера на Хърватия може да се очаква, че ще бъде изцяло позитивно за сектора на туризма. Въпреки това респондентите изразяват известна предпазливост (за една четвърт от тях). Категорична е подкрепата позитивното влияние на приемането ни в „сухопътния Шенген“ върху туристическия отрасъл в страната. Идентично е отношението и спрямо негативния ефект на войната в Украйна, която силно редуцира потока от украински и руски туристи към страната. Анкетираните имат критично отношение спрямо практиките по укриване на данъци в ресторантите и хотелите и дават категорична подкрепа за твърдението, че тези явления са масови. Мнението на експертите на БАТ е, че електронните системи за резервации и статистиката чрез портала ЕСТИ правят невъзможно укриването на нощувки и обороти от тях в хотелите.

Пето. Ценовата конкуренция между почивките в България и Гърция дава предимство на Гърция в отношение 3:2 в полза на Гърция. Категорично е мнението на респондентите за по-добро качество на обслужването в Гърция спрямо България. За 46% от респондентите опашките на ГКПП са проблем. Независимо от това над една четвърт от анкетираните са склонни да понесат това неудобство и да пътуват в пиковия сезон за почивка в Гърция. Сравнението между страдащата от висока инфлация Турция и България категорично дава ценово предимство за югоизточната ни съседка с подкрепа сред 60% от анкетираните. Категорично е мнението на респондентите за по-добро качество на обслужването в Турция спрямо България (подкрепа сред близо 70% от респондентите). Според 60% от анкетираните България има абсолютни и относителни предимства спрямо Гърция и Турция през зимния сезон.

Шесто. Сред алтернативните за ново туристическо мото на страната с най-голяма подкрепа е мотото „България – земята на розата и красотата“ (за

65% от анкетираните)! Заявеното в стратегическите документи за всесезонен характер на туризма намира подкрепа сред над 60% от анкетираните. Оценката за движението „Опознай България – 100 национални туристически обекта“ е изцяло позитивна като фактор за развитие на вътрешния туризъм с подкрепа от над 65% от анкетираните. Подкрепата за положителния ефект от включване на нови български туристически обекти в списъка на ЮНЕСКО за световното културно и природно наследство е сред над 60% от респондентите. Възможността за връчване на ученици на тяхната книжка на БТС по кампанията „Опознай България – 100 национални туристически обекта“ намира патриотична подкрепа сред близо 60% от анкетираните. Финалният въпрос в анкетата е свързан с развитието на дигиталните технологии. Устройствата за добавена реалност намират подкрепа сред близо две трети от респондентите и определено могат да повишават финансовата и икономическата възвращаемост за икономическите оператори в сектора при тяхното внедряване.

Заключение

Фокусирането на темата на разработката върху проблематиката на стратегическата трансформация на туризма в България позволи да се развие проучване, последователно базирано върху:

Първо. Изследва в теоретико-проблемен аспект приложното поле на националните стратегически документи за развитие на туристическия отрасъл като се прилагат тезисни виждания на автора за подобрието им.

Второ. Обосновка на методика за провеждане на анкетно проучване сред клиенти и оператори в туристическия сектор, където на база унифицирана ликертова скала се изведоха насоки за стратегическа трансформация на сектора и подобряване на неговите финансово-икономически показатели, генериране на добавена стойност и принос към

растежа на БВП на България.

Трето. Извеждане в графичен вид и анализ на резултатите от анкетното проучване като. На тяхна база формулиране на градивни предложения за подобрения в националните стратегически документи за постигане на позитивна трансформация на отрасъла, изразена в подобрени финансово-икономически показатели на икономическите оператори, повишена клиентска удовлетвореност и потенциал за увеличен входящ туристически поток с всесезонен характер.

Водещата цел в дисертационния труд бе да се да се направи финансово-икономически анализ и предложат решения за оперативно адаптиране и стратегическа трансформация на целия туристически сектор за функциониране по време и след пандемията COVID-19 при отчитане на конкурентните предимства на страната

Представеното изложение потвърждава в методически и дедуктивен план валидността на изследователската теза, че форсмажорното въздействие на световната пандемия, породена от болестта COVID-19 налага прецизиране и преоценка на всички досегашни решения за финансиране и инвестиране в туристическия отрасъл в посока оперативно адаптиране и стратегическа трансформация на целия туристически сектор за функциониране по време и след пандемията.

Направените анализи, изведените изводи и обобщения позволяват да се твърди, че е постигнато валидиране на водещите работни хипотези.

Постигнатите изследователски резултати могат да се обобщят, както следва:

Първо. Публично търгуваните туристически дружества на българския капиталов пазар имат динамичен ценови тренд, което рефлектира и в непостоянство на техните борсови оценки, което е функция на фундаментални икономически фактори и тяхното въздействие върху капиталовите позиции на туристическите дружества. С фокус върху борсови

данни за „Албена“ АД и „Златни пясъци“ АД се прави анализ и оценка на борсовия тренд в цените на акциите на трите дружества за период от пет години (2017-2022 год.) и се развива корелационен анализ на борсовите котировки на водещото публично туристическо дружество „Албена“ АД спрямо основен индекс на БФБ. Дескриптивната статистика установява разнопосочния тренд на двете групи масиви с данни – тези за SOFIX и респ. на „Албена“ АД. Коефициентът на вариация е с най-висока стойност за котировките на „Албена“ АД за цена „Минимум“ от 30.55%. Най-ниска е стойността на коефициента на вариация на SOFIX за ценова котировка „Максимум“ и се равнява на отклонение от 12.33%.

Второ. Възстановяването на сектора на туризма в България след пандемията е все още трудно постижимо, поради ефекта на множествените кризи. Завръщането на туристите през летния сезон към хотелите по Българското Черноморие отчита влиянието на два фактора – позитивното влияние на вътрешния поток туристи и негативно влияние от войната в Украйна, довело до цялостен отлив на руските и украинските туристи, частично компенсирани с увеличение на румънските туристи. Входящият поток от чуждестранни туристи през силния летен туристически сезон не отчита подобрене в данните за 2023 г. спрямо 2019 год. Общият спад на гостуващи чужденци е от 2804469 през 2019 г. на 2523508 през 2023 год. (или намаление с 10%). Първоначалните данни от различни източници за 2024 год. сочат противоречиви данни в диапазона на подобрене спрямо 2019 год.

Трето. Анкетното проучване сред бенчмарк икономически оператори и клиенти извежда множество идеи за подобрения в стратегическите документи за сектора на туризма. Сред тях включваме както възможна промяна в мотото за рекламиране на страната, приемане на отрасъла за стратегически, инвестиционна подкрепа за инфраструктурното осигуряване достъпа до водещите курорти, разкриване потенциал на дунавския лимес за

туристически посещения. Оценката на респондентите спрямо мерките и действията на ресорното министерство остава силно критична. Те позволяват както засилване на инструментариума за финансово-икономически анализ и оценка, така и лансиране на ново мото за всесезонна рекламата на дестинация България на международния туристически пазар.

III. Насоки за бъдещи изследвания по темата на дисертацията

С посочените основни изследователски насоки, влизащи в обхвата на дисертационния труд, проблематиката по въпроса за стратегическата трансформация на туризма не се изчерпва. Темата продължава да бъде актуална. На база на натрупаните данни от емпиричното изследване, чрез допълнителни крос-анализи и оценки на корелационни връзки авторът си запазва възможността за бъдещи публикации върху резултатите от анкетното проучване, които да бъде представени за вземане на решения от страна на Министерство на туризма, икономическите оператори и НПО.

IV. Справка за научните и научно-приложни приноси в дисертационния труд

Първо. Чрез тезисен подход е обоснована необходимостта от инвестиции във високоскоростни меридианни трасета за осигуряване на достъпност до Българското Черноморие. Бързият транзит от летище Сарафово до разположените южно и северно на Бургас курортни селища е ключово за развитието на региона. Черноморската транспортна мрежа и въздушния транспорт от летищата в Бургас и Варна повишават категорично заетостта на легловата база през летния туристически сезон.

Второ. Идентифицирани са възможности за подкрепа с грантово финансиране на туризма в Дунавския регион, с обосновка на дестинация Дунавски лимес, която да бъде приоритет за трансграничното сътрудничество между България и Румъния в период 2021-2027. Разкриването на потенциала на река Дунав и нейните острови изисква мащабни инвестиции в туристическия сектор в дунавските общини.

Трето. На база клиентоцентрично емпирично изследване в шест раздела сред 174 бенчмарк респонденти, с оценяване по пет степенната ликертова скала е установено текущото състояние, проблеми, резерви и насоки за стратегическа трансформация на туризма в България.

Четвърто. Чрез финансово-икономически анализ и дескриптивна статистика е потвърден силния негативен ефект от пандемията с ранг от над 4.6 млн. туристи (български и чуждестранни) за периода 2019-2023 г. и коефициент на вариация от 28.40%. Огромните пропуснати ползи от незаета леглова база за икономическите оператори в сектора се дължат както на пандемията, така и на негативния ефект от войната в Украйна, което доведе до практическа загуба на два стратегически пазара, които осигуряваха сериозни квоти за категорията чуждестранни туристи.

V. Списък с публикациите на докторанта

Научни статии (3 бр.):

Кичуков, И. (2022) Развитие на туризма в дунавския лимес – програмна подкрепа, маршрути и проектни идеи. Общество и здраве, 2021, бр. 4, ISSN 2683-0892, стр. 50-56.

Кичуков, И. (2023) Борсов анализ и оценка на туристическите дружества на българския капиталов пазар. Годишен алманах Научни изследвания на докторанти, Том XV, книга 18, АИ „Ценов“, стр. 294-306, ISSN 1313-6542.

Кичуков, И. (2024). Стратегическа трансформация на туризма в България – икономическо възстановяване и потенциал за растеж. Народно стопански архив, (3), с. 49-67.

Научни доклади (2 бр.):

Zahariev, A., Prodanov, S., Ivanova, P., **Kichukov, I.** (2021) The lower Danube tourist destination – From the heritage of the Roman Empire to a new infrastructure of tourist routes in the cross-border region Bulgaria-Romania. 22nd International Economics, Finance and Business Conference. September 2021, Conference Proceedings, pp. 159-166, ISBN 978-605-70583-3-1.

Кичуков, И. (2023) Инвестициите в черноморската транспортна мрежа като фактор за следепидемично възстановяване на туристическия сектор. Научна конференция „Логистиката и обществените системи“, Научно направление „Бизнес логистика“, 16-17 март 2023 година, НВУ "Васил Левски", В. Търново, с. 929-936, ISSN 2738-8042.

VI. Справка за участие на докторанта в научни форуми

- 1) XV-та Докторантска научна сесия, 02.12.2022 г., СА „Д. А. Ценов“, Свищов.
- 2) Научна конференция „Логистиката и обществените системи“, 16-17 март 2023 година, НВУ "Васил Левски", В. Търново.
- 3) 22nd RSEP International Economics, Finance and Business Conference. September 2021, Istanbul, Turkey

VII. Справка за съответствие с националните изисквания по Правилника за приложение на Закона за развитие на академичния състав в Република България

Статии: 3 бр. (3 бр. самостоятелни)

Научни доклади: 1 бр. самостоятелен и 1 бр. в съавторство (n=4)

Минимален брой точки: 30

Постигнат брой точки по Показател 7 (Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове), съгл. Приложение към чл. 1а, ал. 1 от на Правилника за прилагане на Закона за развитие на научния състав в Република България с Минимални национални изисквания към научната, преподавателската и/или художественотворческата или спортната дейност на кандидатите за придобиване на научна степен и за заемане на академичните длъжности "главен асистент", "доцент" и "професор" по научни области и/или професионални направления в Област 3. Социални, стопански и правни науки, Професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата, 3.2. Психология, 3.3. Политически науки, 3.4. Социални дейности, 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, 3.6. Право, 3.7. Администрация и управление, 3.8. Икономика, 3.9. Туризъм

(4 + 1x0.25%) бр. статии и научни доклади x 10 т. = 42.5 т. > 30 т.

VIII. Наукометрични показатели на дисертационния труд

№	Показател	Стойност
1	Брой таблици	6
2	Брой фигури	124
3	Общ брой стандартни страници	183
4	Използван софтуер	MS Excel, IBM SPSS Statistics
5	Литературни източници	82
5.1	В т.ч. на чужд език	43
5.2	В т.ч. на български език	39
6	Брой публикации на докторанта	5
7	Брой точки по Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България	32,50
8	Брой участия в научни форуми	4
9	Номер на заповед за зачисляване	Заповед № 138/ 15.03.2021 год.
10	Дата на записване в докторантура	01.04.2021 год.
11	Срок на докторантурата	(3)4 год.
13	Годишни атестационни оценки	Положителни
14	Дата на решение на КС за даване на ход за защита	15.11.2024 г.
15	Дата на решение на ФС за разкриване на процедурата по защита	15.11.2024 г.
16	Час, дата и място на публична защита	11:30 ч./16.01.2025 г. Зала „Ректорат“
17	URL адрес за онлайн достъп до публичната защита, ВВВ стая „СА-КФК-Научни журита“	https://bbb.unisvishtov.bg/b/yc7-x2c-dtm

IX. Декларация за оригиналност на дисертационния труд

Дисертационният труд в обем 184 стр. под заглавие: „Финансово-икономически анализ на стратегическата трансформация на туризма в България“ е оригинален и представлява собствена научна продукция на автора. В него са използвани авторски идеи, текстове и визуализация чрез графики и таблици, като са спазени всички изисквания на Закона за авторското и сродните му права чрез надлежно цитиране и позоваване на чужда авторска мисъл, както и данни, включително:

1. Постигнатите в дисертационния труд резултати и изведени приноси са оригинални и не са заимствани от изследвания и публикации, в които авторът няма участия.
2. Представената от автора информация във вид на копия на документи и публикации, лично съставени справки и др. съответства на обективната истина.
3. Научните резултати, които са получени, описани и/или публикувани от други автори, са надлежно и подробно цитирани в библиографията.

.....
(Докт. Ивелин Кичуков)