

МОДЕРНИЗИРАНЕ НА ТРАНСПОРТНАТА СИСТЕМА В БЪЛГАРИЯ В ПОСОКА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА

Петя ИВАНОВА

Стопанска академия „Димитър А. Ценов“

E-mail: p.ivanova@uni-svishtov.bg

Резюме: В концептуален и съвременен аспект са представени обхватът, ролята и природата на взаимовръзката туризъм – транспорт и влиянието ѝ върху развитието на дестинациите. Анализирани са оценката за качеството на различните видове транспортна инфраструктура в България в сравнение с оценките на страните – преки конкуренти в туризъм. Аргументирана е необходимостта от предприемане на стъпки за развитие и модернизиране на транспортната система за нуждите на туризъм, в това число и насърчаване развитието на улеснения в придвижването, които са в посока утвърждаване репутацията на дестинацията като устойчива. Очертани са ключови направления за предлагане на по-ефективен публичен транспорт в дестинациите, използван и от туристите. Отделено е място на стратегическото планиране на транспорта за целите на туризъм и подобряване на институционалната координация между двата сектора, за да се постигне необходимото ниво на туристическа удовлетвореност от посещението, в частта придвижване.

Ключови думи: туризъм, транспорт, мултимодални и интермодални системи, транспортни улеснения, устойчив транспорт.

JEL: L83, L 91, R41.

Въведение

Известно е, че транспортът е проводник, който може да ограничава или насърчава туристопотоците към определена дестинация, да улеснява или затруднява връзката туристи – местна общност – туристически атракции. Достъпността и изискването за добри транспортни връзки, за да се достигне до региона, са ключови и отразяват осъществимостта на развитието на туризъм. Добрата транспортна система може да въздейства на посетителската удовлетвореност, да подпомогне осигуря-

ването на икономическата жизнеспособност на местните транспортни системи чрез обслужване на жители и туристи.

Транспортът и туризмът винаги са били в неразривна симбиоза и специфична взаимосвързаност. Транспортът е ключов фактор за развитие на туризма, който довежда туристите до избраната от тях дестинация и осигурява придвижване в нея до отделните посещавани места и атракции. Местоположението на транспортните центрове, капацитетът, ефективността и свързаността на транспортната система играят важна роля за развитието на всяка дестинация. Предоставянето на удобен транспорт, който е в съответствие с потребностите на туристите, помага на дестинациите да развият своята туристическа политика.

В контекста на казаното *обект на изследване* е транспортната система в България, използвана за целите на развитие на туризма, а *предмет* е възможността за нейното усъвършенстване в съответствие със съвременните тенденции в тази област. **Основна цел** на разработката е да изследва, аргументира и синтезирано да представи приложими съвременни прогресивни решения в транспортната система у нас с оглед модернизиране на туристическото предлагане и подобряване на туристическия опит и преживявания.

За постигане на поставената цел се решават следните *изследователски задачи*:

- Систематизиране на теоретичните постановки относно колаборацията между транспорт и туризъм.
- Анализиране качеството на транспортната система в България в сравнение със страните, преки конкуренти в туризма.
- Извеждане на приложими решения в посока модернизиране и туристически улеснения в транспортната система в България.

В съответствие с така изградената изследователска рамка е и последващото изложение. В методически аспект изследването се основава на системния подход, разглеждащ взаимовръзките между системата на туризма и транспорта и обединяващ в една обща рамка тази взаимозависимост. Използвани са методите на индукцията и дедукцията, сравнителния анализ, контент анализ и др. Източниците на информация за анализа са официални данни на Националния статистически институт, Евростат, а също така и провеждани проучвания на Световния икономически форум и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие.

1. Концептуални измерения на връзката транспортна система – туризъм

Бързият ръст на международните туристически потоци, новите потребителски модели и тенденции, дигитализацията на икономиката, въпросите на сигурността и адаптирането към климатичните промени са основните предизвикателства пред туристическия сектор. Транспортната

система е интегрален елемент на туристическите преживявания и развитието ѝ е взаимосвързано с тенденциите в развитието на туризма. В този контекст изпъква необходимостта от *активна, иновативна и интегрирана с транспорта политика*, така че туризмът да остане конкурентен сектор и да допринесе за икономиката и устойчивостта.

Както всяка система, и транспортната система е съвкупност от елементи, които са във връзки и взаимодействия помежду си. В българската икономическа литература *същността на транспортната система* е определена като „съвкупността от транспортни средства и транспортни пътища, които осигуряват процеса на пространствено преместване на товарите и пътниците на базата на взаимнообвързаната и съгласувана работа на всеки отделен вид транспорт и при наличието на определено единство на технологичния процес по извършване на превозите“ (Бакалова, 2010).

Утвърдено разбиране е, че транспортната система на една страна е съществен компонент от туристическото ѝ развитие и че осигуряването на подходящ транспорт може да трансформира места, които не са били обект на туристически интерес в проспериращи дестинации (Khadaroo & Seetana, 2008 (29)). *Подходящата за туризъм транспортна система* се основава на „*функционирането на и връзка между транспортни центрове, пътища и терминали, подпомага туристите в и извън дестинацията, а също така осигурява транспортни услуги в дестинацията*“ (Khadaroo & Seetana, 2008 (29)).

Ясно е, че транспортните системи се развиват на база пазарните взаимоотношения между предлагането на транспорт, обусловено от мащабите на мрежата и търсенето на транспорт като резултат от потребностите от мобилност на определено туристическо място. Транспортните мрежи имат определени капацитетни възможности и териториален обхват, зависими от конкретиката на средата – транспортни разходи, капацитет, ефективност, надеждност и скорост. Като цяло транспортните системи се състоят от сложен комплект от взаимоотношения между търсенето, точките на обслужване и мрежите, които подпомагат движението.

Изборът на транспорт при туристическите пътувания е следствие от обективни обстоятелства и субективни предпочитания на туристите. Добра теоретична основа за изследвания в тази сфера дава моделът на Алфонсо (цит. по Nutsugbodo, 2018), който на основата на модела на Маслоу за йерархията на човешките потребности – физиологични, сигурност, любов/принадлежност, уважение и самоусъвършенстване, прави йерархия на факторите/нуждите, които влияят на вземането на решение при избор на транспортно средство – изпълнимост, достъпност, безопасност, комфорт, удоволствие. Разбира се, този модел е в зависимост от демографски фактори като – възраст, пол, образование и заетост, които отпределят тези потребности. Например нивото на доход определя дали ще може да бъде удовлетворена потребността от комфорт като висша потребност в пирамидата.

Съществува проблем с идентифицирането на туристическия транспорт като *отделен функционален субект*. Затрудненията произтичат от следното: туристическият транспорт обхваща редица видове транспорт, пространствени модели и видове собственост; транспортът може да бъде използван *изключително* за туристически цели (круизи, туристически автобуси, чартърни полети), *отчасти* за туристически цели (редовни полети, таксите), *понякога за туристически цели* (местен публичен транспорт по време на активния сезон в дестинацията) и *никога* (частен или обществен транспорт). Също така транспортът може *изрично да е нает за туристически цели* (чартърни компании, туристически автобуси) или *без да е посочено*, че е за туристически цели (наемни автомобили, частни автомобили), да се използва за туризъм. В допълнение на това туристическият транспорт е синтез между две управленски сфери – туризъм и транспорт и международните превози попадат в обхвата на повече от едно национално управление и регулиране.

Тези аналитични и концептуални въпроси поставят и практически, административни и планови проблеми, включително и свързани с поемането на разходите за иновации в транспортната система.

От гледна точка на *участието на транспорта в структурата на туристическия продукт* можем да систематизираме следните негови роли: *първо*, свързване на емитивната територия с посещаваната дестинация и обратно; *второ*, осигуряване на достъпност и мобилност в самата дестинация; *трето*, осигуряване на придвижване като част от туристическото преживяване (круизи, автобусни обиколки, разходки с яхти и др.); *четвърто*, транспортът като туристическа атракция (музеи на транспорта, събития, посветени на транспорта, симулации на полети с хеликоптер, космически кораб и др.).

Статистическите данни разкриват, че в *обхвата на туристическото потребление* относителният дял на пътническият транспорт заема приблизително 22% (Таблица 1). Като цяло доминиращата част от туристическото потребление в световен мащаб е от вътрешен туризъм – 77%, а на международен туризъм се дължат 23%.

Таблица 1

Туристическо потребление по елементи на туристическия продукт

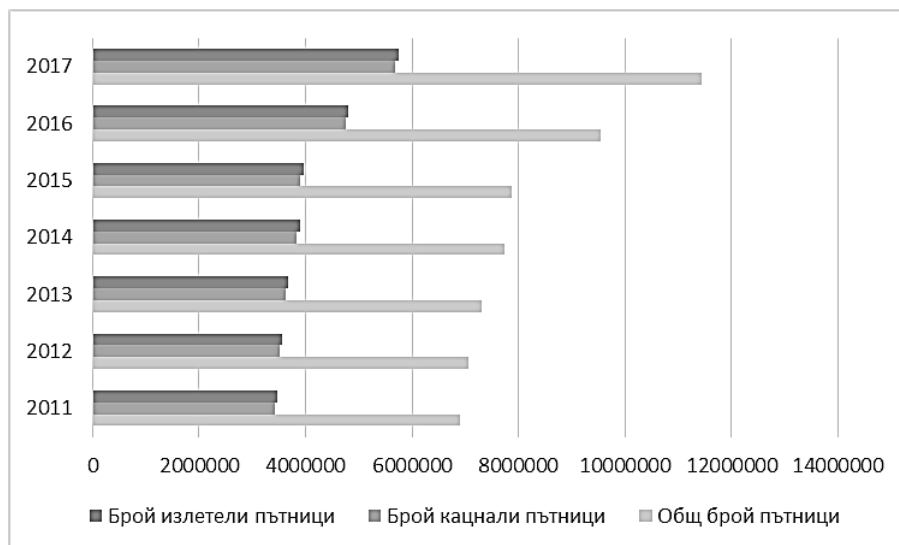
Елемент на туристическия продукт	Процент от общото туристическо потребление
Настаняване	18
Храна и напитки	17
Пътнически транспорт	22
Туристически агенции и друго обслужване	4
Култура, спорт и рекреация	7
Други услуги	32
Общо:	100

Източник: OECD. Tourism trends and policy priorities, 2017. <https://www.oecd-ilibrary.org>.

По отношение на *вида използван транспорт* железопътният и водният транспорт заемат стратегическо място, като круизите са нараснали с 68% през последното десетилетие и се приемат за форма на първокласна почивка. В международния туризъм безспорна доминираща роля има въздушният транспорт. По данни на Световната туристическа организация повече от половината (54%) от международните пътувания са с въздушен транспорт, следвани са от тези по шосе – 39%, по вода – 5% и посредством жп транспорт – 2%. През последните десетилетия годишният ръст на авиотранспорта е най-висок – 5, 2%, за сравнение по суша/вода той е 3,4%.

В България също се наблюдава тенденция на нарастване използването на въздушния транспорт (Фиг.1).

От изключителна значимост за наблюдавания ръст на пътнически авиопревози на българските летища е присъединяването на страната към Общото европейско авиационно пространство още през 2006 г. и работата в условията на либерализиран пазар. В рамките на Централна и Източна Европа българският авиационен пазар на пътнически превози е най-бързо развиващият се. Географското положение на България дава предимство пред повечето страни в ЕС, включително и по отношение усвояването на развиващите се пазари в Азия. Открояващи се насоки за оползотворяване на съществуващия потенциал са привеждането на летищната инфраструктура към съвременните пазарни реалности, навлизането в нови пазари, подобряване качеството на услугите, въвеждане на съвременни стандарти за безопасност и сигурност.



Фигура 1. Обслужени пътници на българските летища в периода 2011–2017 г.

Източник: Национален статистически институт,
<http://www.nsi.bg/bg/content/1749/въздушен-транспорт>

Пазарът на въздушни превози в Европа нараства неколкостранно за последните 10 години вследствие на либерализацията на вътрешноевропейските превози, като към края на 2016 г. съществуват над 3500 маршрута. Въздушният транспорт вече не е нещо изключително и предлага хомогенен опит с еднообразни нива на обслужване по целия свят. Международната асоциация за гражданска авиация (International Civil Aviation Organization – ICAO) обяснява бързия ръст на въздушния транспорт с цел туризъм през последните години с два основни фактора: *първо*, повишаване доходите на средната класа в развиващите се икономики, което предполага по-високи потребителски разходи, в т.ч. за пътуване чрез различни модели, и *второ*, фактът, че въздушният транспорт е с по-добро съотношение качество/цена в резултат на усъвършенствани летателни технологии и либерализация на пазара. Намалването на цените на билетите за авиотранспорт и оперативните разходи на авиокомпаниите са повлияни освен от развитието на авиационните технологии, също и от усъвършенстването на авиационния ресурсен мениджмънт и цената на горивото.

В обхвата на концептуализираното представяне на колаборацията между туризма и транспортната система е виждането, че паралелът между тях се характеризира със следното (Lohmann G., 3/2014):

- *Регулаторна синергия.* Туризмът заема регулаторно пространство, което инкорпорира осигуряването на сигурност, околна среда и икономически принос. Регулирането на туризма може да има значително и директно влияние върху транспорта и обратно. Например една успешна, таргетирана туристическа маркетингова кампания може да повиши конкурентоспособността на транспорта. Новите бизнес модели на авиокомпаниите могат да направят по-атрактивни не толкова търсени дестинации.

- *Целева функция.* И двата сектора се стремят да увеличат пазарния си дял чрез продажбата на диференциация на техния продукт и преживяване на ключов пазарен сегмент: дестинациите таргетират специфичен тип туристи, търсещи определен вид преживяване; транспортът осигурява структури, тарифи и оборудване, което да отговори на очакванията на този пазарен сегмент.

- *Общ акцент върху устойчивостта.* Както туризмът, така и транспортът през последните години са фундаментално трансформирани към устойчиви действия и редуцирани негативни последици и емисии. Различните транспортни средства могат да са предизвикателство не само по отношение на екологичните аспекти, но и по отношение икономически, социални и културни перспективи. От друга страна, стои отговорното поведение на туристите.

Разгледаното относно връзката между транспорт и туризъм подкрепя твърдението, че постигането на координирана и интегрирана транспортна система може да генерира сериозни предпоставки за инспириране на положителни ефекти върху туризма. В тази последователна линия са и констатациите относно необходимостта от ефективна, сигурна, безопасна, устойчива, достъпна, финансово жизнеспособна и конкурентоспособна транспортна система, която да отговаря както на краткосрочните, така и на дългосрочните потребности на туризма, икономиката и общността.

2. Оценка на транспортната инфраструктура на България – сравнение с основните преки конкуренти в областта на туризма

В последователната линия на аргументиране необходимостта от модернизиране на конструкта транспортна система – туризъм е сравнителният анализ на инфраструктурата в България с тази в страните конкуренти. В документи на правителствени органи, неправителствени организации, анализи по изследователски проекти и мнения на експерти *основните преки конкуренти* на България като рецептивна туристическа дестинация са Балканските страни: Албания, Гърция, Македония, Румъния, Словения, Сърбия, Турция, Хърватия, Черна Гора, както и Австрия, Италия, Испания, Франция, Кипър и Чехия. Тези страни се извеждат като преки конкуренти на основа на *критериите*: предлагане на подобни туристически продукти, сходство в ценовото позициониране, географска близост до емитивните пазари, подобен профил на туристите, посещаващи страната¹.

Не подлежи на съмнение, че инфраструктурата е база и детерминанта на атрактивността на всяка страна като туристическа дестинация. По-специално транспортната инфраструктура, която осигурява жизнеспособността на транспортните услуги, се приема за основна детерминанта при оценка на дестинацията, а транспортната мрежа – като есенциален компонент на успешното туристическо развитие. Осигуряването на подходяща транспортна инфраструктура е предпоставка за развитие на туризъм, като в редица научни изследвания се аргументира нуждата от ефикасен транспорт като цялостен елемент на успешната програма за туристическо развитие. Нещо повече, подобряването на транспортната инфраструктура води до редуциране на разходите за транспорт. Увеличаване на капацитета на пътищата – повече линии, повишена надеждност, високо качество на настилката, повишена сигурност чрез повече и по-широки пътища и подобрена маркировка и сигнализация редуцира консумацията на гориво, износването и повредите, времето на придвижване на трафика. Едно добро инвестиране в транспортна инфраструктура влияе върху разходите и качеството на туристическите преживявания. Туристите от развитите страни, които са преобладаващите емитенти, използват добре развитата инфраструктура в местата, където живеят, която им позволява високо ниво на обслужване. Те предпочитат, а често и очакват същото ниво на комфорт и когато пътуват. Ако възможността да пътуват до предпочитана-

¹ Авторът се базира на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г., приета с Протокол № 22 на Министерския съвет от 04.06.2014 г. и на резултат от проект: BG161PO001/3.3-01/2008/001-08 „Разработване на бранд „България“, продуктови и регионални брандове и въвеждане на интегриран бранд мениджмънт“ по оперативна програма „Регионално развитие 2007-2013 г.“, схема за безвъзмездна финансова помощ BG 161PO001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване”.

та дестинация е възпрепятствана от неподходяща транспортна система – като неконкурентни цени, продължителност и неудобен график, вероятността да изберат друга дестинация нараства.

За да сравним транспортната инфраструктура в България с тази на преките ни конкуренти, използваме данни на Световния икономически форум (World Economic Forum, 2018) за качеството на железопътната, летищната и пристанищната инфраструктура. Организацията включва тези оценки в обсега на субиндекс „Базисни изисквания“ към Глобалния индекс на конкурентоспособност. Оценяването е по скала от 1 до 7, като 1 е „изключително слабо развита“, а 7 „изключително добре развита“. Средната стойност изчисляваме като средна аритметична величина за всички представени оценки за страните, преки конкуренти, и страните – членки на Европейския съюз (ЕС) (вж. Таблица 2).

Таблица 2

Оценка на качеството на инфраструктурата на България и на основните ѝ конкуренти в туризма

Страна	Оценка на качеството на пътната инфраструктура	Оценка на качеството на железопътната инфраструктура	Оценка на качеството на пристанищната морска инфраструктура	Оценка на качеството на летищната инфраструктура
Австрия	6.0	5.3	3.9	5.2
Албания	4.3	1.2	4.1	4.1
Босна и Херцеговина	3.1	2.0	2.1	2.7
България	3.4	3.0	4.1	4.3
Гърция	4.5	2.8	4.5	4.8
Кипър	5.1	п.а.	4.6	5.5
Италия	4.5	4.1	4.4	4.6
Испания	5.5	5.5	5.5	5.8
Румъния	2.7	2.6	3.5	4.0
Словения	4.4	2.9	5.0	4.3
Сърбия	3.2	2.2	3.0	4.2
Турция	5.0	3.0	4.5	5.4
Франция	6.0	5.8	5.1	5.7
Хърватия	5.5	2.8	4.6	4.2
Черна гора	3.5	2.9	4.1	4.3
Чехия	4.0	4.4	3.5	5.3
<i>Средна стойност за страните, преки конкуренти</i>	4.42	3.37	4.11	4.65
<i>Средна стойност за Европейския съюз</i>	4.77	3.05	5.14	5.10

Източник: World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2017-2018.

Данните в Таблица 2 за равнището на *качество на отделните видове инфраструктура в България* потвърждават твърдението, че са необходими решения и действия в посока подобряване на инфраструктурата в страната. И при четирите вида инфраструктура – пътна, железопътна, морска и летищна – оценката за България е под средната за страните конкуренти в туризма и под средната стойност за Европейския съюз.

Направените вече констатации се потвърждават и от оцените за транспортната инфраструктура в страната като *част от общата туристическа конкурентоспособност*. България заема 45-то място от общо 136 изследвани страни по индекс на обща конкурентоспособност на пътуванията и туризма. Оценките по селектираните стълбове, формиращи индекса на конкурентоспособност за пътувания и туризъм, са по скала 1 – „много слабо развито“ до 7 – „изключително добре развито“. В рамките на определените стълбове, формиращи конкурентоспособността на туризма конкретно в България, стойностите за туристическата инфраструктура са незадоволителни (вж. Таблица 3).

Таблица 3

Стълбове, формиращи индекса на конкурентоспособност на пътуванията и туризма и техните оценки за 2017 г.

Компонент на индекса	Ранк от общо 136 страни	Оценка по скала от 1 до 7
Бизнес среда	61	4.5
Сигурност и безопасност	89	5.1
Здраве и хигиена	10	6.6
Човешки ресурси и пазар на труда	54	4.7
Внедрени информационни и комуникационни технологии	49	5.0
Степен на приоритизиране на туризма	92	4.3
Международна отвореност	48	3.9
Ценова конкурентоспособност	37	5.3
Екологична устойчивост	11	5.0
Инфраструктура за въздушен транспорт	80	2.4
Сухоzemна и пристанищна инфраструктура	73	3.1
Туристическа инфраструктура и суперструктура	14	5.8
Природни ресурси	41	3.8
Културни ресурси и бизнес пътувания	66	1.7

Източник: World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*.

Конкуренетоспособността на туризма, изследвана и оценена от Световния икономически форум, и публикуваните данни в Доклада за конкурентоспособност на пътуванията и туризма 2017 (Таблица 3) показват, че оценката на авиационната, сухоземната и пристанищната инфраструктура са едни от *най-слабите оценки на страната*, съответно – 2.4 и 3.1 (World Economic Forum, 2017).

Можем да направим извода, че равнището на качество на транспортната инфраструктура в България се нуждае от подобряване и модернизирание, като това се потвърждава, от една страна, от паралела между съответните видове транспортна инфраструктура на страните конкуренти (Таблица 2), а от друга, при съпоставката на оценката на транспортната инфраструктура в сравнение с останалите елементи, формиращи туристическата конкурентоспособност на страната (Таблица 3). Следователно процесите по подобряване на различните видове транспортна инфраструктура е необходимо да продължат, така че да се създадат условия за улеснен достъп, което да допринесе за това, туризмът да отговори на очакванията за превръщането му в своеобразен локомотив за икономически растеж и създаване на заетост.

Въпрос, пряко свързан с усъвършенстване на транспорта в посока развитие на съвременен туризъм, е този за сигурността и безопасността при пътуванията. Възприеманата безопасност в дестинацията е един от основните генетични фактори в туризма. В този контекст силно неблагоприятни са стойностите на показателя „смъртни случаи при пътни инциденти в страната“, публикуван от Евростат. Показателят измерва броя на смъртните случаи, причинени от пътнотранспортни произшествия (ПТП), включително шофьори, пътници на превозни средства и пешеходци, смъртта на които е настъпила до 30 дни от ПТП. Изчислява се на база 100 000 души население. През последните години по този показател България има най-високи стойности в рамките на ЕС – брой смъртни случаи при пътни инциденти (вж. Таблица 4).

Както е видно от данните в Таблица 4, България е водеща страна по този негативен показател. За 2016 г. той е 9.9 при средна стойност за страните от ЕС 5, а средната стойност за страните, преки конкуренти е 6.5. Също така за периода 2014–2016 г. не се регистрира спад в този показател в страната за разлика от повечето страни, преки конкуренти в туризма. Единствено Румъния запазва високи стойности по показателя. Всичко това налага заключението, че по отношение на пътната безопасност в страната са необходими допълнителни мерки. В контекста на изследваната проблематика безопасността и сигурността като цяло, в това число и на придвижването, са един от актуалните ключови детерминанти, определящи привлекателността на една дестинация.

Таблица 4
Смъртни случаи при пътни инциденти

Страна	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Австрия	6.2	6.3	5.4	5	5.5	4.9
Албания	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а
Босна и Херцеговина	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а
България	8.9	8.2	8.3	9.1	9.9	9.9
Гърция	10.3	8.9	8	7.3	7.3	7.6
Кипър	8.3	5.9	5.1	5.3	6.7	5.4
Италия	6.5	6.3	5.6	5.6	5.6	5.4
Испания	4.4	4.1	3.6	3.6	3.6	3.9
Румъния	10	10.2	9.3	9.1	9.6	9.7
Словения	6.9	6.3	6.1	5.2	5.8	6.3
Сърбия	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а
Турция	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а
Франция	6.1	5.6	5	5.1	5.2	5.2
Хърватия	9.8	9.1	8.6	7.3	8.3	7.4
Черна гора	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а	п.а
Чехия	7.4	7.1	6.2	6.5	7	5.8
<i>Средна стойност за страните, преки конкуренти (с налични данни)</i>	7.6	7	6.5	6.2	6.7	6.5
<i>Средна стойност за Европейския съюз</i>	6.1	5.6	5.1	5.1	5.1	5.0

Източник: Eurostat (2018), People killed in road accidents (source: DG MOVE); <https://ec.europa.eu/eurostat/web/transport/data/main-tables>

Изборът на дестинация от туристите е в резултат на множество фактори, в това число силно се влияе от възприеманата сигурност и от разходите и времето за достигането ѝ. Добрата достъпност е елемент на цялостната конкурентоспособност на дестинацията. Подходящата инфраструктура и адекватните транспортни средства са основен инструмент за осигуряване мобилността на туристите. Има различни начини, по които транспортът може да бъде разработен, за да стимулира развитието и да разпределя потоците туристи. Пример за това е развитието на тематични туристически маршрути, свързващи обектите на туристически интерес като съвместно предложение. Това може да бъде използвано за насочване на туристическите потоци към по-слабо развити и не толкова натоварени, но също интересни места. Големи възможности в тази насока дава приложението на мобилните роуминг данни за осигуряване на информация за туристическите потоци, разстоянията на пътуване и т.н. Добре разработената мрежа има потенциал да генерира по-голямото търсене, позволява по-добро обслужване, по-безпроблемни услуги и маршрути.

Ето защо транспортните политики трябва да бъдат имплементирани в туристическото планиране и обратно. Маркетинговите усилия за развитие на туризъм, либерализацията на транспорта и други решения биха били недостатъчно ефикасни без подходяща инфраструктура. Необходимо е развитието на интегрирана, ефикасна и на достъпни цени транспортна система, която е устойчива от социална, икономическа и екологична гледна точка, като се вземе предвид и мениджмънт режима на земята, за да се избегне загубата на ресурси и плодородна земя. Широкото участие на различните заинтересовани групи би направило по-добро това планиране.

3. Съвременни тенденции в транспортната система в посока улеснения и модернизиране на туризма

Иновациите и дигитализацията в сектора на транспорта и туризма са ярка характеристика на настоящия етап на развитието им. Използването на възможностите на BIG data, GPS data, Интернет на нещата (Internet of things), дроновете като част от ежедневието, роботиката дават поле за качествено ново производство, предлагане и потребление. Дигиталните трансформации в днешно време са основание за определяне на икономическо развитие като ерата на Индустрия 4.0. Анализи се правят и относно технологичните иновации и дигитализацията при предоставяне на туристическите услуги (Туризъм 4.0).

В епохата на дигитална трансформация в световен мащаб са налични революционни технологии в областта на транспорта, като: самостоятелни транспортни настилки със силиконови фотоволтаични системи, които захранват електромобили, светофари, пътно осветление и други; придвижване на хората в капсули, задвижвани от магнити и мощни ротори с перки в дълги тунели върху и под земята (Гуляшки, 03/08/2017).; „smart“ инфраструктура, създаваща комфортна среда за превози и прочие.

В България на настоящия етап не съществуват условия за масово прилагане на този тип високи технологии, но могат да се предприемат стъпки, които да доведат до по-добра синергия между транспорт и туризъм.

При представянето на актуални приоритетни области в развитието на транспортната система с акцент върху модернизация и улеснения в туризма използваме систематизация на Hall, който предлага няколко ключови елемента на подхода на улеснения транспорт за туриста (Hall, 7/1999). Тези направления са: възползване от големите транспортни центрове; насърчаване на устойчив избор на транспорт; добро осигуряване на публичен транспорт за туристически цели; осигуряване на универсална достъпност. Към тези аспекти добавяме и развитие на мултимодални систе-

ми като един от значимите акценти на съвременната европейска транспортна политика.

Възползване от големи транспортни центрове – основните транспортни центрове като летища, круизни пристанища, жп гари и автогари предлагат гама от интермодални връзки и действат като основни центрове за придвижване на туристи, по правило се намират в или близо до големи градове. Тези денонощни транспортни центрове имат потенциал да генерират значителна заетост и да разпределят и превозват туристи и работещи от транспортния център до града и региона.

Те все повече предлагат широка гама от услуги и атракции за туристите, като значителна част от общите приходи от летища по света се генерират от този тип услуги². Много транспортни центрове диверсифицират своите бизнес модели, като предоставят повече пространство за търговия на дребно и паркиране като източници на приходи, както и за предоставяне на интегриран на едно място продукт (опит, преживяване) за туристите. Тази интегрирана концепция генерира не само приходи, но при определени обстоятелства транспортният център може да се позиционира като туристическа атракция, да представи изкуството и културата на региона и страната. Също така някои круизни пристанищни градове развиват терминали като продължение на определени функции на туризма на брега във връзка с развитие на градския туризъм – крайбрежна зона с търговски центрове и развлекателни съоръжения. Много от тези центрове са катализатори на местната заетост и просперитет.

Насърчаване на по-устойчив избор на транспорт – въздействието върху околната среда от пътувания на дълги разстояния е значимо предизвикателство, но в рамките на определена дестинация съществуват приложими възможности да се насърчат туристите да избират *съобразени с ресурсите видове транспорт*, включително използването на обществен транспорт, придвижването пеша и с велосипед. За да бъде използвана тази възможност, трябва да бъде представена и доставена като лесна и удобна опция. Този подход изисква сътрудничество между доставчиците, координиране на планирането на маршрута и услуги за нуждите на потребителите, като например място за съхранение на велосипеди във влакове, багаж и много други улеснения.

Най-малък принос към устойчивото развитие има автомобилният транспорт. В последните години обаче в автомобилостроенето се развиват иновации, свързани с преодоляване на негативите от отделяне вредни емисии от двигателите с вътрешно горене. Въвеждането на електрическите превозни средства и хибридите прави автотранспорта бърз, гъвкав и екологичен. Транспортът на бъдещето се очаква да се охранва с енергия и от слънцето. Макар и твърде дискусивно по отношение лоял-

² Според Международен съвет на летищата (Airports Council International - ACI) през 2014 г. 43% от приходите на летищата идват от неаеронавигационни дейности.

ната конкуренция, споделеното пътуване също се приема за по-устойчива форма на транспорт от използването на личния автомобил. Насърчаването на избора на по-устойчив транспорт цели намаляване на вредните му влияния и балансиране на икономическите, екологичните и социалните цели. Идеята е да се стимулира такова потребление, при което индивидуалните потребителски решения да са в съответствие със стратегическите и дългосрочните планове и програми. Насърчаване на т.н. „мека“ мобилност включва форми на немоторизиран транспорт, които използват само енергия, генерирана от човешкото тяло (Gossling, 2013).

Туристическият бизнес също може да стимулира избора на устойчив транспорт, като предлага отстъпки при ползване на обществен транспорт и осигурява удобни връзки за него. Някои екологични хотели предлагат 10% бонус зелено за гостите, пристигащи с екологичен транспорт – влак, електрическо транспортно средство, велосипед, без обществен транспорт от летището. Този тип хотели предлагат велосипеди и електрически скутери под наем, зареждане на електрическите автомобили и др.

Изследване на J.E.Dickinson, D. Robbins (Dickinson & Robbins, 2008 (2)) систематизира основните причини, поради които хората *избират да се придвижват с личен автомобил* (най-малък принос към устойчивото развитие) по степен на важност по следния начин: (i) удобство (може да се използва по всяко време); (ii) вътрешно оборудване; (iii) скорост или време; (iv) *проблеми с обществения транспорт*; (v) наличие на деца; (vi) независимост и гъвкавост; (vii) *липса на алтернатива*; (viii) цена; (ix) брой хора; (x) проблеми при карането на велосипед и пешеходното придвижване; (xi) изминавано разстояние. Същото изследване идентифицира следните *проблеми при използването на обществения транспорт*: попадане в задръствания (натоварен трафик); недостатъчен обществен транспорт; закъснява; бавен е.

Основен проблем пред **успешното осигуряване на публичен транспорт** за туристическо потребление е, че планирането на обществения транспорт е основно за местните жители. Икономическата значимост на взаимовръзката публичен транспорт–туризъм е снижена и от друг съществен фактор – сезонността. Търсенето през активния сезон и по време на събития е високо, което натоварва местната инфраструктура. Въпросът за удобството е важен елемент от общата привлекателност на обществения транспорт, оказва пряко влияние върху пътниците; може да пренасочи повече хора към устойчиви видове пътувания; да привлече пътуващите към обществен транспорт (като тези, които иначе биха шофирали личен автомобил) и по този начин да допринесе за целите на стратегическото планиране, за намаляване на задръстванията по пътищата и паркирането, автомобилните произшествия и емисиите от замърсяване. Подобрените транспортни улеснения рефлектират и върху финансовите резултати за обществения транспорт.

Няма да е пресилено, ако кажем, че в наши дни транспортът е един от най-важните фактори, определящи състоянието и развитието на градовете. Големите градове, особено тези, които са обект и на засилен туристически поток, са под силно натоваарване на трафика и задръствания.

Ето защо се предприемат определени подходи от дестинациите за улесняване **развитието на транспортни системи, които подобряват престоя на туристите** и не нарушават ежедневието на местните жители, като (Wardman, 2014):

- *Познаване на моделите на търсенето на туризъм* – планиращите транспортни услуги трябва да бъдат осигурени с добра информация за ежедневните, седмичните и годишните цикли на туристическото търсене и фактори, влияещи върху него, ефектите на празниците, времето и климата, икономическите условия и специалните събития. Добри резултати дават прогнозирането и развиването на стратегии, които да вземат предвид тези фактори.

- *Критична оценка на удовлетвореността от пътуването* – критичната оценка се основава на редовна обратна информация от туристите и насърчаване общата оценка на транспортните преживявания, включително качеството на връзките между режимите на пътуване, свързаност, удобство, комфорт и атрактивност на транспортните центрове. Обратната връзка от туристите позволява да се установят по-добре проблемите, които те срещат, и да се анализират потенциалните начини за подобряване.

- *Добър дизайн на мрежата* – внимателното проектиране на транспортните мрежи трябва да отчита въздействието на маршрути, спирки и планиране на услуги на всички потенциални пътници, интегриране нуждите на жителите, както и на туристите за постигане на оптимална ефективност и рентабилност.

- *Ефективно предоставяне на информация* – посетителите на непознати дестинации разчитат на точна и навременна транспортна информация. Тя трябва да обхваща различни медии, включително уебсайтове, приложения, пътеводители, карти и означения, като се обръща внимание на видимостта и езика. Да се популяризират предимствата на навременната и точна информация – обозначения, табели, карти, мобилни приложения и други и да се подпомогне навигирането на туристите в нов град или регион.

- *Използване на интегрирани билети / ценообразуване и смарт карти* – системите на интегрирано електронно плащане улесняват използването на мултимодални транспортни възможности, намаляват часовете за чакане и включват редица услуги за посетители в една транзакция. Постига се по-висока степен на кохерентност на преживяванията. С цел улесняване на пътуващите се създават интегрирани платежни системи, включително смарт карти и мобилни приложения, които могат да се използват за плащане на различни видове транспорт, включително публичен.

чен транспорт, таксите, пътни такси и такси за паркиране, музеи, атракции и рекреационни центрове, дори и настаняване. Маркетингът се посредством източниците за информацията за туристите (вж. Таблица 5).

Таблица 5

Предимства от използването на смарт картите

Предимства	Транспортна система	Туристи	Доставчици на услуги
	<ul style="list-style-type: none"> • Спестява се чакането на гшетата и вендинг машини и редуцира времето за качване в превозното средство. • За разлика от хартиените билети позволяват да се знае къде, кога и как пътуват хората. Използвайки тази информация, може да се оптимизират услугите съобразно очакваното търсене. 	<ul style="list-style-type: none"> • Улесняват се закупуването на билети и достъпът до атракции, разширява се обхватът на туристическите познания и преживявания за повече туристически атракции. • Позволяват на туристите да се концентрират върху туристически опит, а не как да стигнат до обекта. 	<ul style="list-style-type: none"> • Разширява техния пазар. • Маркетингова интелигентност, начин да се повлияе на избора на потребителите чрез предоставяне на допълнителни ползи като информация, отстъпки, схеми за лоялност и др.

Източник: Съставена по OECD Tourism trends and policy priorities 2016.
<https://www.oecd-ilibrary.org>

По отношение на *предизвикателствата* пред използването на смарт картите, те са свързани основно с: колаборацията между транспортна и туристическа политика; сътрудничеството между множеството заинтересовани лица с дивергентни цели за участие и разпределението на разходите и приходите между транспортните компании и първичните предложители в рамките на дестинацията. Организациите по управление на дестинацията могат да подпомогнат процеса по съгласуваност, като създадат условия за съвместна работа и физическа инфраструктура.

Осигуряване на универсална достъпност се изразява в проектиране на транспортни съоръжения и услуги, които да отговарят на нуждите на туристите с всички нива на мобилност и това се разглежда като задължителен елемент на транспорта. Прогресивното развитие на транспорта изисква осигуряване на възможност за настаняване на хора с ограничени комуникационни възможности.

Универсалният дизайн се отнася до транспортни системи, които позволяват достъп на хора с различни възможности и нужди. Това гарантира, че транспортните съоръжения, транспортните средства и услу-

гите са приспособени за хора с ограничена подвижност (възрастни хора и хора с увреждания), ограничена комуникационна способност, тежък багаж и други специални нужди. Универсалният дизайн може да разшири потенциалния туристически пазар, като включи хората със специални нужди, но същевременно се възползват и хората без проблеми с мобилността.

Проучване, поръчано от Европейската комисия, потвърждава потенциала за нарастване на достъпен туризъм. В него се казва, че ако страните в Европейския съюз направят почти напълно достъпни сградите, хотелите, ресторантите, музеите и редица услуги към 2020 г. в сравнение с 2010 г., търсенето на туризъм от хората с увреждания ще се увеличи с 44 %, което ще доведе до 39% ръст на икономическия принос от тези пътувания (Miller, 2014).

Туристите, както и всички останали, се стремят да пътуват безопасно при оптимално съотношение между скорост, комфорт и разходи. В идеалния вариант предпочитат с едно транспортно средство да стигнат до дестинацията, но когато това е невъзможно, се пристъпва до **интермодални връзки**. Целта при планирането им е да се сведат до минимум връзките и където е необходимо, те да се направят възможно най-ефективни. В действителност осигуряването на безпрепятствен транспорт е по-скоро функция на адаптиране на инфраструктурата, операциите, тарифите и платежните системи, като се предоставя необходимата информация, за да се осигури по-удобно пътуване. Използването на информационно-комуникационните технологии дава възможност на хората чрез техните смарт телефони да имат информация за местонахождението на транспортното средство и конфигуриране на маршрути, които са най-удобни за конкретния случай.

Улесняващият мултимодален транспорт включва пътуване с няколко вида транспортни средства с един билет. Колкото по-безпроблемни са интермодалните връзки, толкова по-малко задръствания и стрес ще има при всеки от компонентите му. По отношение на туризма това включва пътуване от мястото на постоянното местожителство до пристигане в крайната дестинация и придвижване в нея. Мултимодалната инфраструктура се отнася до мрежата от летища, пристанища, гари, обществения транспорт и мобилността на самите хора, интегрирани и координирани за формиране на система, която да придвижва хора и товари от едно място на друго.

Като прогресивно решение системите на мултимодалния транспорт водят до: намаляване на времето за придвижване до съответното превозно средство на всеки етап от пътуването; времето за изчакване, включително прекарано време за прехвърляне между видовете транспорт; обвързани с графика, достатъчни услуги; трансфери в или между видове транспорт; информация (Wardman 2014).

Чрез насърчаване развитието на интермодални центрове и транспортните политики като например интегрирани системи за мултимодален транспорт на национално и поднационално равнище не само се помага

привличането, управлението или насочването на посетителските потоци, но също така се улесняват преминаването към по-екологични транспортни възможности, които могат да допринесат за репутацията на дестинацията като устойчива. Въпреки това, ако стратегиите за развитие на транспорта и туризма не са добре синхронизирани, дестинациите може да не са в състояние да поемат всички транспортирани туристи, мобилността около и в дестинацията ще бъде ограничена, което води до намаляване на качеството на преживяванията на посетителите.

Въвеждането в практиката на разглежданите ключови елементи е от значение при формиране на туристическите преживявания до и в дестинацията. Приемането на потребностите на туристическата индустрия за част от транспортния достъп и инфраструктура при процеса на планиране и подкрепа е съществено, а по-ефективно афиширане на икономическата значимост на туризма за участниците в транспортната система би било добър мотивационен аргумент.

Заклучение

Настоящото изследване представя в теоретичен план обвързаността на туризма с транспортната система, анализира оценката на качеството на транспортната инфраструктура в страната в съпоставка с тези на основните конкуренти и в дискуссионен план надгражда съществуващите становища относно направленията в модернизиране на транспортната система в съответствие с целите на туризма. Представени са достатъчно убедителни аргументи относно необходимостта от модернизиране на транспортната ни система за целите на туризма.

Представените основни фокусни области, без да се приемат като панацея, могат да помогнат за осигуряването на транспорт, който да отговаря на все по-разнообразните изисквания на туристите, да осигурят полесен и удобен достъп, да допринесат за привлекателността на страната. Очевидните синергии от колаборацията между транспортна и туристическа политика са постижими чрез внимателно обмислен дизайн на мрежовите връзки, осигурен транспорт, включващ удобни мултимодални възможности за достъп до туристически места и ефикасни връзки между интеррегионални и локални системи. Добра инфраструктура, интегрирани билети, многоезична потребителска информация и означения, транспортни улеснения и осигуряване на достъп на лица с ограничена подвижност са все неща от решаващо значение за посетителите.

Смисълът на прилагане на прогресивни решения е в специализацията им чрез икономическото им използване. В същото време е ясно, че няма универсални модели и инструменти. Нещата се случват бавно чрез адаптация и хармонизиране на действия и интереси и на целенасочени управленски въздействия.

Използвани източници

- Dickinson, J. E., & Robbins, D. (2008 (2)). Representations of tourism transport problems in a rural destination. *Tourism Management*, 1110-1121.
- Eurostat (2018), People killed in road accidents (source: DG MOVE); <https://ec.europa.eu/eurostat/web/transport/data/main-tables>
- Gossling, S. (2013). National emission from tourism: an overlooked policy challenge. *Energy Policy* 59, стр. 433-442.
- Hall, D. (7/1999). Conceptualising tourism transport: inequality and externality issues. *Journal of Transport Geography*, 181.
- Khadaroo, J., & Seetanah, B. (2008 (29)). The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. *Tourism Management*, 831-840.
- Lohmann G., D. D. (3/2014). Destination morphology: A new framework to understand tourism-transport issues. *Journal of Destination Marketing & Management*, p. 133.
- Miller, G. (2014). *Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe Service*. European Commission.
- Nutsugbodo, Y. E. (11 2018 г.). Public transport mode preferences of international tourists in Ghana: Implications for transport planing. *Travel Behaviour and Society*.
- Wardman, M. (2014). *Valuing convenience of public transport*. OECD.
- World Economic Forum. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*.
- World Economic Forum. (2018). *The Global Competitiveness Report 2017-2018*.
- Бакалова, В. Х. (2010). *Икономика на транспорта*. София: УИ-УНСС.
- Гуляшки, А. (03/08/2017). Тестваха успешно транспорта на бъдещето. *Банкеръ*.
- Национален статистически институт.
<http://www.nsi.bg/bg/content/1749/въздушен-транспорт>
- Станкова, М. (2018) Конкурентоспособност на дестинацията в условията на технологичната трансформация. *Предизвикателства пред новата технологична трансформация*. София.
- Янева, М., Бойчева, Хр.(3/2017) Приложение и значение на корпоративната социална отговорност в туристическите предприятия за развитието на туризма и повишаване конкурентоспособността му. *Икономически и социални алтернативи*, София.