

ИНСТРУМЕНТИ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ ПРИ ИЗСЛЕДВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПАЗАР

Гл. ас. д-р Красимир Георгиев Кулчев¹

Резюме: Целта на настоящата разработка е да се апробират с реални данни инструменти на икономическия анализ от различни класификационни групи, при което да се изведат основни характеристики на българския туристически пазар, служещи като база за вземането на обосновани управленски решения. Съобразно целта на статията са използвани инструменти за факторен и структурен анализ. Поддържа се становището, че подход за изследване на туристическия пазар, при който балансирано се съчетават типичните за икономическия анализ инструменти заедно с тези, приложими и в други области на знанието, има потенциал да осигури необходимата информационна среда за ефективен мениджмънт на туристическите дейности на макро- и микроравнище. В резултат на извършеното проучване се достига до извода, че използването на подобен балансиран изследователски подход дава възможност да се разкрият както силните и слабите страни на българския туристически пазар, така и пропуски в представената информация. Очертаният информационен дефицит възпрепятства анализа и съответно своевременното разработване на оперативни, тактически и стратегически решения.

Ключови думи: факторен анализ, структурен анализ, туризъм.

JEL: C10, L83, M20.

¹ Катедра "Контрол и анализ на стопанската дейност" при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов.

Увод

Туризмът е приоритетен отрасъл на българската икономика, поради което въпросите, свързани с неговото ефективно управление, са особено актуални. Повишаването на конкурентоспособността на туристическия бизнес би следвало да се базира на обосновани решения, а те да са резултат от системното и задълбочено изследване на промените във външната и вътрешната среда за развитие на този отрасъл. Подобно детайлно изучаване на туризма е възможно при наличието и използването на подходящ аналитичен инструментариум. Неговото приложение трябва да дава представа за факторите, които оказват благоприятно и неблагоприятно влияние върху обема на приходите от нощувки, за динамиката на емитивните пазари, както и за редица други показатели, останали по обясними причини извън обхвата на настоящата разработка.

Целта на статията е да се апробират с реални данни инструменти на икономическия анализ от различни класификационни групи, при което да се изведат основни характеристики на българския туристически пазар, служещи като база за вземането на обосновани управленски решения.

Постигането на поставената цел е свързано с решаването на следните *задачи*: *първо*, да се направи преглед на научната литература, за да се разкрият възможности за използване на специфичния технически инструментариум на икономическия анализ при характеризане на българския туристически пазар; *второ*, по възможност да се приложи подходяща техника за факторен анализ на реализираните приходи от нощувки, за да се очертаят евентуални насоки за тяхното повишаване; *трето*, да се допълнят резултатите от факторния анализ с информация, получена чрез структурен анализ на емитивните пазари, при който да се открият страните с най-голям относителен дял в приходите на българските туристически предприятия през разглеждания период.

1. Аналитичен инструментариум

Според теорията на икономическия анализ е възможно, аналитичните инструменти да се обособят в две (Михайлов, Митов, & Колева, 2013, стр. 61) основни групи:

Първа група – типични (специфични, присъщи) за икономическия анализ инструменти.

Втора група – инструменти, приложими както в икономическия анализ, така и в други области на знанието.

При преглед на специализираната литература се забелязва голямо разнообразие на използваните при изследване на туристическия бранш аналитични инструменти, като в зависимост от целите и обектите на анализа приложение намират:

- бални оценки (Рибов, 2003);
- критична точка на продажбите (Рибов, Станкова, Димитров, & Гръчка, 2007);
- статистически и графични инструменти (Рибов, 2003), (Ракаджийска, Маринов, & Дянков, 2010);
- матрични аналитични инструменти (Рибов и др., 2010);
- SWOT-анализ и PEST-анализ (Рафаилова & Кадиева, 2005);
- структурен анализ включително при изследване на емитивните пазари (Ракаджийска, 2006), сезонността на туризма (Нешков и др., 2007) и др.

Всички тези инструменти се използват както в икономическия анализ, така и в другите области на знанието, т.е. те се отнасят към втората група аналитични инструменти и тяхното широко приложение при изследване на туризма е напълно логично. Обясним е и значително по-ограниченият брой на публикациите, в които се разглеждат (Нешков & Казанджиева, 2009) и използват (Кушева, 2014), (Кушева, 2012) присъщите за икономическия анализ инструменти (аналитичните инструменти от първата група).

Независимо че типичните за икономическия анализ инструменти създават впечатление за относително по-тясна област на приложение, те биха могли да допринесат за разкриване на силни и слаби страни при осъществяване на широк кръг от бизнес дейности. Това е главният аргумент в подкрепа на поддържаното в статията становище, че *изследователски подход, при който се съчетават балансирано*

ИНСТРУМЕНТИ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ...

аналитични инструменти от двете групи, има потенциал да осигури необходимата информационна среда за разработване на обосновани управленски решения на макро- и микроравнище.

Поради това, че икономическият анализ е преди всичко анализ на факторни влияния (Баканов & Шеремет, 1997, стр. 99), акцент е поставен върху използването на техниката „Елиминиране“, която се прилага при изследване на детерминирани факторни системи. Въпреки сравнително големия обем на изчислителните процедури при тази техника, нейният широк спектър на приложение я прави предпочитан аналитичен инструмент за изследване на разнообразни типове технологични модели. Съобразно целта на статията, техниката „Елиминиране“ е комбинирана със структурен анализ, приложим във всички области на икономическото знание.

2. Анализ на приходите от нощувки

Логиката на икономическия анализ, като наука и инструмент за вземане на обосновани решения, налага, преди изследването на факторите, обуславящи изменението на приходите за определен период, да се направи тяхната най-обща оценка. За общата оценка на приходите от нощувки е извършен анализ на състава и структурата на приходите и на тяхната динамика. Приходите са структурирани по източници на тяхното получаване – българи (резиденти) и чужденци (нерезиденти) и по статистически райони², в които са реализирани. Изменението на приходите е разгледано чрез стандартни показатели за анализ на динамиката в абсолютно и относителното изражение.

При общата оценка на приходите от нощувки за всеки от статистическите райони и общо за страната са приложени следните показатели (вж. табл. 1):

Показател 1. Приходи от нощувки (лв.);

Показател 2. Структура на приходите по източници на тяхното получаване (%);

² Обособени са шест статистически района: Северозападен район, Северен централен район, Североизточен район, Югоизточен район, Югозападен район и Южен централен район.

Таблица 1
Показатели за обща оценка на приходите от нощувки

Показатели	XXXI г.		XXXII г.		XXXIII г.		XXXIV г.		XXXV г.						
	Общо	в т.ч. чужденци	Общо	в т.ч. чужденци	Общо	в т.ч. чужденци	Общо	в т.ч. чужденци	Общо	в т.ч. чужденци					
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
<i>Северозападен район</i>															
1.	17465965	2732633	1473332	17119082	2583298	14535784	17459837	2750806	14709031	19106338	2943297	16163061	19830063	3468013	16362050
2.	100,00	15,65	84,35	100,00	15,09	84,91	100,00	15,76	84,24	100,00	15,40	84,60	100,00	17,49	82,51
3.	1,93	0,42	5,87	1,71	0,36	5,07	1,69	0,38	4,82	1,55	0,33	4,79	1,48	0,35	4,72
4.	-	-	-	-346883	-149335	-197548	340755	167508	173247	1646521	192491	1454030	723705	524716	198989
5.	-	-	-	98,01	94,54	98,66	101,99	106,48	101,19	109,43	107,00	109,89	103,79	117,83	101,23
6.	-	-	-	-1,99	-5,46	-1,34	1,99	6,48	1,19	9,43	7,00	9,89	3,79	17,83	1,23
<i>Северен централен район</i>															
1.	23905578	6840233	17065345	24555762	6636525	17919237	26295162	6902182	18392980	28123404	7595567	20527837	29516190	8759395	20756795
2.	100,00	28,61	71,39	100,00	27,03	72,97	100,00	26,25	73,75	100,00	27,01	72,99	100,00	29,68	70,32
3.	2,64	1,04	6,80	2,46	0,93	6,25	2,54	0,95	6,35	2,29	0,85	6,09	2,20	0,88	5,98
4.	-	-	-	650184	-203708	853892	1739400	265657	1473743	1828242	693385	1134857	1392786	1163828	228958
5.	-	-	-	102,72	97,02	105,00	107,08	104,00	108,22	106,95	110,05	105,85	104,95	115,32	101,12
6.	-	-	-	-2,72	-2,98	5,00	7,08	4,00	8,22	6,95	10,05	5,85	4,95	15,32	1,12
<i>Северозападен район</i>															
1.	267999136	223854199	44144937	315326038	261398443	53927595	319397112	262788840	56608272	391119500	329022857	620966643	435681647	370224617	65607030
2.	100,00	83,53	16,47	100,00	82,90	17,10	100,00	82,28	17,72	100,00	84,12	15,88	100,00	84,95	15,05
3.	29,57	34,16	17,58	31,58	36,73	18,82	30,90	36,10	18,53	31,82	36,89	18,41	32,50	37,25	18,91
4.	-	-	-	47326902	37544244	9782658	4071074	1390397	2680677	71722398	66234017	5488371	44712147	41201760	3510387
5.	-	-	-	117,66	116,77	122,16	101,29	100,53	104,97	122,46	125,20	109,70	111,43	112,52	105,65
6.	-	-	-	17,66	16,77	22,16	1,29	0,53	4,97	22,46	25,20	9,70	11,43	12,52	5,65

Източник: <https://www.nsi.bg/bg/content/1847/туризъм>

Таблица 1
Показатели за обща оценка на приходите от нощувки (продължение)

Показател	XXX1 г.				XXX2 г.				XXX3 г.				XXX4 г.				XXX5 г.			
	в т.ч. чужденци		българи		в т.ч. чужденци		българи		в т.ч. чужденци		българи		в т.ч. чужденци		българи		в т.ч. чужденци		българи	
	Общо	1	2	3	Общо	4	5	6	Общо	7	8	9	Общо	10	11	12	Общо	13	14	15
Юзепиоточен район																				
1	1356594395	294562226	62032169	368865576	298817211	69748365	38154209	330532454	76217547	4636391	13682171140	81467973	4940982524	12884551	81203701					
2	100.00	82.60	17.40	100.00	81.08	18.92	100.00	80.02	19.98	100.00	82.43	17.57	100.00	83.57	16.43					
3	39.35	44.96	24.71	36.92	41.98	24.34	36.92	41.94	24.95	37.72	42.85	24.16	36.85	41.54	23.41					
4	-	-	-	11971181	4254985	7716196	12976516	6507334	6469182	82097021	76846595	5250426	30459139	30723411	-264272					
5	-	-	-	103.36	101.44	112.44	103.52	102.18	109.28	121.52	125.17	106.89	106.57	108.04	99.68					
6	-	-	-	3.36	1.44	12.44	3.52	2.18	9.28	21.52	25.17	6.89	6.57	8.04	-0.32					
Юзепиоточен район																				
1	1164670516	107861505	5660901	1184657472	119452964	65204508	197269786	125749764	71520022	226315252	142766382	83548670	254440938	168566094	85874844					
2	100.00	65.50	34.50	100.00	64.69	35.31	100.00	63.75	36.25	100.00	63.08	36.92	100.00	66.25	33.75					
3	18.17	16.46	22.63	18.50	16.78	22.75	19.09	17.27	23.41	18.41	16.01	24.77	18.98	16.96	24.75					
4	-	-	-	19966956	11591459	8395497	12612314	6296800	6315514	29045466	17016818	12028648	28125688	25799512	2326174					
5	-	-	-	112.14	110.75	114.78	106.83	105.27	109.69	114.72	113.53	116.82	112.43	118.07	102.78					
6	-	-	-	12.14	10.75	14.78	6.83	5.27	9.69	14.72	13.53	16.82	12.43	18.07	2.78					
Южен централен район																				
1	75670003	19371345	56296658	88120888	22875660	65245228	91564378	24530891	67033687	100769679	27329599	73440080	107179911	30076735	77103176					
2	100.00	25.60	74.40	100.00	25.96	74.04	100.00	26.79	73.21	100.00	27.12	72.88	100.00	28.06	71.94					
3	8.35	2.96	22.42	8.83	3.21	22.77	8.86	3.37	21.94	8.20	3.06	21.78	7.99	3.03	22.23					
4	-	-	-	12450885	3504315	8946570	3443490	1655031	1788459	9205301	2798908	6406393	6410232	2747136	3663096					
5	-	-	-	116.45	118.09	115.89	103.91	107.23	102.74	110.05	111.41	109.56	106.36	110.09	104.99					
6	-	-	-	16.45	18.09	15.89	3.91	7.23	2.74	10.05	11.41	9.56	6.36	10.05	4.99					
Общо за страната																				
1	1906305593	65522214	125108345	2998344816	11764101	286580717	1033528367	728046828	305481539	1229073306	89182904	2637244264	134089700	1993989405	546907596					
2	100.00	72.30	27.70	100.00	71.29	28.71	100.00	70.44	29.56	100.00	72.56	27.44	100.00	74.13	25.87					
3*	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00					
4	-	-	-	92039225	56541960	35497265	35183549	16282721	18900822	195544939	16378214	31762725	111823695	102160363	9663332					
5	-	-	-	110.16	108.63	114.14	103.52	102.29	106.60	118.92	122.50	110.40	109.10	111.46	102.87					
6	-	-	-	10.16	8.63	14.14	3.52	2.29	6.60	18.92	22.50	10.40	9.10	11.46	2.87					

Показател 3. Относителен дял на приходите на района в общите приходи на страната (%). Общо за страната този показател е отбелязан с 3* и изразява сумата на относителните дялове на приходите по райони, т.е. 100 %;

Показател 4. Абсолютно изменение на приходите от нощувки (лв.);

Показател 5. Процентно изменение на приходите от нощувки (%);

Показател 6. Темп на изменение на приходите от нощувки (%)³.

Необходимо е да се подчертае, че основен момент в разработката е не да се анализира актуалното състояние на туристическия бранш, а да се представи приносът на един класически инструмент на икономическия анализ, какъвто е техниката „Елиминиране“, за характеризирането на този бранш. Поради това са използвани реални данни за период от пет последователни календарни години, които не са посочени конкретно.

През анализирания период има ясно изразена тенденция на увеличаване на приходите, като най-висок е темпът на изменение на приходите през ХХХ4 г. спрямо ХХХ3 г. (+18,92%). Тази благоприятна тенденция е резултат от повишението на приходите през петте години в почти всички статистически райони. Спад на приходите се наблюдава само през ХХХ2 г. в Северозападен район и в Северен централен район и през ХХХ5 г. в Югоизточен район.

Преобладаващата част от приходите в страната са от чужденци. За всяка от петте години относителният дял на приходите от пренощували чужденци надвишава 70%. Не всички статистически райони се характеризират с подобно структурно съотношение. Така например през ХХХ5 г. в Северозападния район относителният дял на приходите от чужденци е 17,49%, а в Северен и Южен централен район той не надвишава 30%.

Структурирането на приходите по райони показва, че през целия период на изследване най-висок е относителният дял на постъпленията от нощувки в Югоизточен статистически район, като през ХХХ5 г. равнището на показателя е сравнително най-ниско (36,85%). Според

³ При изчисляване на показатели 4, 5 и 6 е използвана верижна база за сравнение.

ИНСТРУМЕНТИ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ...

относителните им дялове в приходите за нощувки през същата година останалите статистически райони се класират, както следва: Североизточен район (32,50%), Югозападен район (18,98%), Южен централен район (7,99%), Северен централен район (2,20%), Северозападен район (1,48%). Тези структурни съотношения варират през предходните четири години, но това не се отразява на така представеното класиране на районите.

Факторният анализ на приходите от нощувки е извършен посредством техниката „Елиминирание“ чрез използването на технологичен модел, при който реализираните приходи от нощувки са представени като резултат от влиянието на четири фактора. Всеки от тези фактори е проучен и по-детайлно, за да се разкрият причините за динамиката на изследваната резултативна величина. Факторният анализ на приходите е онагледен в Таблица 2, а технологичният модел има следния вид:

$$Pr_n = \sum \frac{Br \times St \times \overline{Br}_n \times \overline{C}_n}{100}, \quad (1)$$

където:

Pr_n са реализираните приходи от нощувки;

Br – брой на пренощуващите лица;

St – структура на пренощуващите лица;

\overline{Br}_n – среден брой нощувки, реализирани от едно лице;

Таблица 2
Факторен анализ

Източници на приходи	Приходи от нощувки (лв.)		Пренощували лица (бр.)		Реализирани нощувки (бр.)		Структура на лицата (%)		Нощувки на едно лице (бр.)		Цена на нощувка (лв.)	
	XXX1 г.	XXX5 г.	XXX1 г.	XXX5 г.	XXX1 г.	XXX5 г.	XXX1 г.	XXX5 г.	XXX1 г.	XXX5 г.	XXX1 г.	XXX5 г.
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Чужденци	655222141	993989405	2820673	3655830	14370426	17105567	48,24	48,99	5,09	4,68	45,60	58,11
Българи	251083452	346907596	3026616	3805816	7247048	8948529	51,76	51,01	2,39	2,35	34,65	38,77
Общо	906305593	1340897001	5847289	7461646	21617474	26054096	100	100	3,70	3,49	41,92	51,47

Източник: изчисления на автора по данни на НСИ

Таблица 2
Факторен анализ (продължение)

Източници на приходи	Динамика на приходите (лв.)	в това число под влияние на:			
		броя на пренощува-лите лица (лв.)	структурата на пренощува-лите лица (лв.)	нощувките на едно лице (лв.)	цената на една нощувка (лв.)
0	13	14	15	16	17
Чужденци	338767264	180897925,50	13103065,62	-69291748,54	214058021,42
Българи	95824144	69320727,66	-4679482,85	-5691211,22	36874110,41
Общо	434591408	250218653,16	8423582,77	-74982959,76	250932131,84

– средна цена на една нощувка.

Общото изменение на приходите от нощувки за периода ХХХ1-ХХХ5 г. е нарастване с приблизително 434,6 млн. лв. През този период се повишават едновременно приходите от нощувки на резиденти и нерезиденти.

Върху динамиката на приходите благоприятно влияние оказват три от изследваните фактори: брой на пренощувалите лица, структура на пренощувалите лица и средна цена на една нощувка. Повишеният брой на пренощувалите лица, както и нарастването на средната цена на една нощувка, водят до увеличаване на приходите със съответно 250,2 млн. лв. и 250,9 млн. лв. Нарастването на относителния дял на чужденците (от 48,24 на 48,99%), които са склонни да отделят повече средства за нощувки (на година средно по 232,10 лв. = 5,09 нощувки × 45,60 лв. за нощувка) и същевременно намаляване дела на българите (от 51,76 на 51,01%) с тяхната нагласа за по-нисък разход за нощуване (на година средно по 82,81 лв. = 2,39 нощувки × 34,65 лв. за нощувка) допринасят за изменението на приходите от нощувки във възходяща посока с 8,4 млн. лв.

Единственият фактор, оказващ негативно влияние върху равнището на приходи, е средният брой нощувки, реализирани от едно лице. Намаляването на броя на нощувките както на резидентите, така и на нерезидентите се отразява и на общата продължителност на нощуване, която спада от 3,70 на 3,49 дни. Това води до

ИНСТРУМЕНТИ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ...

спад на приходите от нощувки в национален мащаб с приблизително 75 млн. лв. В случай че след допълнително проучване се разкрият причините за това намаление и се отстрани тяхното неблагоприятно влияние, приходите от нощувки могат да се увеличат с около 6 %.

По-детайлното проучване на факторите от представения технологичен модел предоставя възможност за разширяване на общата характеристика на българския туристически пазар.

Във връзка с това изследването е задълбочено чрез анализ на:

- броя и структурата на *пrenoщувалите лица* в динамичен план;
- изменението на броя и на относителните дялове на *реализираните нощувки* и на тяхната сезонност;
- настъпилите промени в *средната продължителност на престойта*;
- динамиката на *цените на нощувките*.

Общият брой на *пrenoщувалите лица* през анализирания период нараства с неравномерни темпове. Най-висок е темпът на изменение на броя на *пrenoщувалите лица* през XXX4 г. спрямо XXX3 г. – 14,61%. Тази позитивна тенденция се запазва, въпреки намалелия брой на чужденците през XXX2 г. спрямо XXX1 г. и на българите през XXX5 г. спрямо XXX4 г. Посочената неблагоприятна динамика на броя на *пrenoщувалите лица* се дължи на спад в обема на туристическия поток през XXX2 г. в Северна България и в Югоизточен район, а през XXX5 г. в Северозападен, Северен централен, Югоизточен и Южен централен район. През разглежданите пет години относителният дял на българските туристи е по-голям от този на чуждестранните, с изключение на Североизточен и Югоизточен район, в които структурните дялове на чужденците през почти целия период са с равнища, надвишаващи 60%.

Както при *пrenoщувалите лица*, така и при броя на *реализираните нощувки*, с най-висок темп на изменение е XXX4 г. спрямо XXX3 г. – 17,70%. През XXX3 г. нарасналият брой на нощувките на резидентите не успява да компенсира намалението на нощувките на нерезидентите, поради което е отчетен отрицателен темп на изменение (-

1,39%) на реализираните нощувки общо за страната. Подобно на предходния показател, негативни промени се наблюдават предимно в северните райони на страната, както и в Югоизточния район. Забелязва се намаление на нощувките на българите през ХХХ5 г. в Северен централен, Югоизточен и Югозападен район. В три от районите – Северозападен, Северен централен и Южен централен – относителният дял на нощувките на български граждани е по-голям от този на чужденците. Другите три района се характеризират с преобладаваща част на нощувките на чужденци.

При анализа на сезонността на нощувките в табл. 3 се открояват два месеца с най-високи относителни дялове на нощувките (юли и август) и два преходни месеца (юни и септември). През останалите месеци относителните дялове на реализираните нощувки са сравнително по-ниски, като в повечето случаи не превишават 6%.

Таблица 3
Сезонност на нощувките през ХХХ5 г.

Месеци	Нощувки (бр.)			Структура на нощувките (%)		
	Общо	Чужденци	Българи	Общо	Чужденци	Българи
Януари	802008	393991	408017	3,08	2,30	4,56
Февруари	907497	391547	515950	3,48	2,29	5,77
Март	782648	300333	482315	3,00	1,76	5,39
Април	907959	365084	542875	3,48	2,13	6,07
Май	1310088	776627	533461	5,03	4,54	5,96
Юни	3889525	3021833	867692	14,93	17,67	9,70
Юли	6009519	4500298	1509221	23,07	26,31	16,87
Август	5946368	4326124	1620244	22,82	25,29	18,11
Септември	3089259	2191531	897728	11,86	12,81	10,03
Октомври	864659	357318	507341	3,32	2,09	5,67
Ноември	711284	212752	498532	2,73	1,24	5,57
Декември	833282	268129	565153	3,20	1,57	6,32
Общо за годината	26054096	17105567	8948529	100,00	100,00	100,00

Източник: изчисления на автора по данни на НСИ

ИНСТРУМЕНТИ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ...

При изчисляване на структурните съотношения между чуждестранните и българските туристи се установява, че през месеците януари, май, юни, юли, август и септември относителният дял на чужденците е по-голям от този на българите. Най-значителен е този дисбаланс през летните месеци, когато относителният дял на чуждестранните туристи е над 70%. През останалите шест месеца структурният дял на българите превишава 59%.

Темпът на изменение на *средната продължителност на престойта* (броят на нощувките на едно лице) е отрицателен за ХХХ5 г. спрямо ХХХ1 г. (-5,55%). Сравнително най-голям спад в броя на нощувките на едно лице е отчетен през ХХХ3 г. спрямо ХХХ2 г., когато темпът на изменение е -6,62% общо за страната, -8,46% в Югоизточен район, -6,92% в Североизточен район, -5,28% в Северозападен район, -2,68 в Югозападен район и -2,53 в Южен централен район. Единствено в Северен централен район се наблюдава нарастване на средната продължителност на престойта през всички години, като за целия период на изследване темпът на изменение е +4,48%.

За анализирания период *приходите от една реализирана нощувка (цената на една нощувка)* са по-високи за чужденците в сравнение с тези за българите – между 31,6% (ХХХ1 г.) и 49,9%. (ХХХ5 г.). През ХХХ5 г. приходът от една нощувка от българи е средно 38,77 лв., от чужденци – 58,11 лв. Данните по туристически райони показват, че средно за периода приходите от една нощувка са сравнително най-високи в Югозападен район (55,37 лв. общо за българи и чужденци). Останалите райони попадат в по-ниските ценови сегменти – от 34,27 лв. средно на нощувка в Северозападен район до 48,93 лв. в Североизточен район.

3. Анализ на емитивните пазари

Независимо от предимствата на факторния анализ, използването му като единствен изследователски инструмент би било крайно недостатъчно за изготвянето на изчерпателна характеристика на бъл-

гарския туристическия пазар. Поради това при очертаване особеностите на емитивните пазари е използван **структурен анализ**, като страните са класирани според относителните им дялове в общия размер на реализираните нощувки от чуждестранни туристи (вж. табл. 4).

Таблица 4
Емитивни пазари за XXX5 г.

Място	Страна	Относителен дял на нощувките (%)	Суми на относителните дялове (%)
1	Германия	19,76	56,91
2	Румъния	9,84	
3	Русия	9,61	
4	Полша	8,87	
5	Обединено кралство	8,82	
Общо за топ 5			
6	Чехия	3,87	70,62
7	Израел	3,28	
8	Украйна	2,29	
9	Франция	2,28	
10	Белгия	1,99	
Общо за топ 10			
11	Норвегия	1,91	85,54
12	Гърция	1,49	
13	Република Северна Македония	1,46	
14	Нидерландия	1,44	
15	Турция	1,44	
16	Италия	1,38	
17	Словакия	1,33	
18	Швеция	1,19	
19	Дания	1,15	
20	Унгария	1,10	
21	Австрия	1,03	
Общо за страните с относителен дял над 1%			

Източник: изчисления на автора по данни на НСИ

ИНСТРУМЕНТИ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ...

Ако допуснем, че всички нощувки на чужденци в България са заплатени по една и съща цена, например 58,11 лв. (цената на една нощувка през ХХХ5 г.), то класирането на страните по реализирани нощувки ще съвпада с тяхното ранжиране по приходи от нощувки. В този случай страните, които са източник на най-големи приходи за българските туристически предприятия през ХХХ5 г., са Германия, Румъния, Русия, Полша и Обединеното кралство. Тези пет страни формират 56,91% от реализираните нощувки в страната, като приблизително 20% е относителният дял на Германия. Общият структурен дял на страните от топ 10 е 70,62%, а двадесет и една страни с индивидуални относителни дялове на нощувките над 1% сумарно заемат структурен дял от 85,54%.

При разглеждане на емитивните пазари в динамичен план (вж. табл. 5) се откриват както различия в индивидуалните относителни дялове на всяка от страните през годините на анализирания период, така и размествания в класирането на страните.

Например от ХХХ1 г. до ХХХ5 г. относителният дял на нощувките на руски туристи е намалял от 19,65% до 9,61%. Същевременно са нараснали относителните дялове на Германия и Румъния. Тези промени са довели до придвижването на Русия от първо до трето място, на Румъния от трето до второ място, а на Германия от второ до първо място. Размествания са настъпили и на останалите места на страните от топ 10.

Направеното по-горе допускане, че всички пренощували в България чужденци са склонни да заплатят една и съща цена за нощувка, разбира се, е неоснователно, а причина за него е **липсата на информация за приходите от нощувки по страни**. Наличието на по-подробни данни за приходите биха дали възможност за по-задълбочено изследване на емитивните пазари и по-конкретно на склонността за заплащане на конкретна средна цена за една нощувка от туристите по страни. Тази информация би допринесла за вземането на обосновани маркетингови решения от мениджърите на българските туристически предприятия.

Таблица 5
Емитивни пазари за ХХХ1 – ХХХ4 г.

№	ХХХ1 г.		ХХХ2 г.		ХХХ3 г.		ХХХ4 г.	
	Страна	Отн. дял (%)	Страна	Отн. дял (%)	Страна	Отн. дял (%)	Страна	Отн. дял (%)
1	Русия	19,65	Русия	17,02	Германия	17,52	Германия	20,02
2	Германия	15,91	Германия	16,64	Румъния	10,96	Русия	11,55
3	Румъния	10,12	Румъния	8,55	Русия	10,15	Румъния	9,83
4	Обединено кралство	7,25	Обединено кралство	7,18	Обединено кралство	8,43	Полша	8,47
5	Полша	5,83	Полша	6,63	Полша	7,41	Обединено кралство	8,30
6	Украйна	5,02	Украйна	4,39	Израел	3,50	Израел	3,39
7	Норвегия	2,34	Израел	2,85	Украйна	3,36	Чехия	3,11
8	Израел	2,22	Чехия	2,41	Чехия	2,70	Украйна	2,59
9	Чехия	2,18	Норвегия	2,33	Норвегия	2,19	Норвегия	1,99
10	Франция	1,80	Франция	1,95	Франция	1,96	Белгия	1,95

Източник: изчисления на автора по данни на НСИ

Резултатите от представените изследвания би следвало да се допълнят с информация от проучването на основните конкуренти на България на международния туристически пазар, както и с установяване влиянието на редица други фактори от външната и вътрешната среда, обуславящи динамиката на показателите, използвани при характеризиране на туризма.

Заклучение

Направеният преглед на научната литература в областта на туризма показва преобладаващо използване на инструменти за анализ, които традиционно намират по-широко приложение в икономическата теория и практика. Специфичният за икономическия анализ технически инструментариум е с недооценен потенциал. Въпреки това подценяване чрез приложението на техниката „Елиминирание“, която е типична

ИНСТРУМЕНТИ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ...

за икономическия анализ се разкрива неблагоприятно действащ фактор, а именно – намаляване на средната продължителност на нощувките на едно лице. Негативното влияние на посочения фактор води до спад на приходите от нощувки на национално равнище с приблизително 75 млн. лв.

Съчетаването на факторния и структурния анализ предоставя възможност за по-детайлна характеристика на туристическия пазар и допринася за изграждането на адекватна пазарна стратегия на национално, регионално и местно равнище. Тези два аналитични инструмента би следвало да се възприемат като необходими компоненти на един комплексен набор от инструменти за анализ, който включва: първо, инструменти за извършване на детерминиран факторен анализ; второ, други аналитични инструменти, съобразени със спецификите на туристическия бранш.

Балансираното съчетаване на инструменти от двете групи е предпоставка не само за постигане на целта на статията – извеждане основни характеристики на българския туристически пазар, служещи като база за вземането на обосновани управленски решения, но и за разкриване липсата на информация за приходите от нощувки по страни. Подобен информационен дефицит възпрепятства както анализа, така и мениджмънта на туристическите предприятия.

Обобщавайки резултатите от проведеното изследване, по отношение на вземането на стратегически важни управленски решения в областта на туризма у нас, на преден план могат да бъдат изведени два проблема:

Първо, класическите инструменти на икономическия анализ имат твърде ограничено приложение.

Второ, липсва детайлна статистическа информация за развитието на туристическия бранш.

Възможно решение на първия проблем е възприемането на подход на балансирано съчетаване на аналитични инструменти от различни класификационни групи. Такъв подход е използван в настоящата разработка и може да се приеме за основен принос с практикоприложен характер. Балансираното съчетаване на аналитични инструменти допринася и за намаляване на степента на неопределеност, като частично

компенсира липсата на детайлна статистическа информация, т.е. съдейства косвено и за решаването на така изведения втори проблем. От гледна точка на икономическия анализ най-съществена е констатацията, че класическите техники на икономическия анализ, в частност техниката „Елиминиране“, са действени инструменти както на микро-, така и на макроравнище.

Използвани източници

- Баканов, М. И., & Шеремет, А. Д. (1997). *Теория економического анализа*. Москва: Финансы и статистика.
- Кушева, Г. (2012). Глобализацията и развитието на туристическия бранш в Република България. *Од либерализација до глобализација – предизвици на светот што се менува: Меѓународна конференција за бизнис, економија и финанси*. Щип.
- Кушева, Г. (2014). Анализ на състоянието и развитието на българския туризъм за периода 2008 – 2013. *Съвременни проблеми в теорията и практиката на контрола в България* (стр. 268-288). София: Издателски комплекс - УНСС.
- Михайлов, М., Митов, К., & Колева, Р. (2013). *Анализ на индустриалния бизнес*. Велико Търново: Фабер.
- Нешков, М., & Казанджиева, В. (2009). *Икономика и управление на туристическото предприятие*. Варна: Наука и икономика.
- Нешков, М., Ракаджийска, С., Дъбева, Т., Маринов, С., Казанджиева, В., & Велева, М. (2007). *Въведение в туризма*. Варна: Наука и икономика.
- Ракаджийска, С. (2006). Асиметрия на туризма в Европа и позициите на България като туристическа дестинация. *Икономически асиметрии - прояви и решения* (стр. 110-121). Свищов: АИ "Ценов".

ИНСТРУМЕНТИ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ...

Ракаджийска, С., Маринов, С., & Дянков, Т. (2010). *Туристически пазари*. Варна: Наука и икономика.

Рафаилова, Г., & Кадиева, С. (2005). *Маркетинг на свободното време и туризма*. Варна: Стено.

Рибов, М. (2003). *Туризмът в ерата на качеството*. София: Тракия-М.

Рибов, М. (2003). *Управление на конкурентоспособността в туризма*. София: Тракия-М.

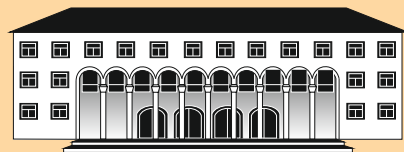
Рибов, М., Станкова, М., Димитров, П., & Гръчка, Л. (2007). *Ресторантьорство и хотелиерство*. София: Тракия-М.

Рибов, М., Станкова, М., Янева, М., Милева, С., Маринов, С., Братоева, Л., Панджерова, А. (2010). *Туристическа политика*. София: Тракия-М.

ISSN 0861 - 6604

БИЗНЕС управление

БИЗНЕС управление 2/2021



ИЗДАНИЕ НА
СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ
„Д. А. ЦЕНОВ“ - СВИЩОВ

2/2021

Редколегия на сп. „Бизнес управление“

Редколегия на сп. „Бизнес управление“

Проф. д.н. Борислав Борисов – главен редактор, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов

Проф. д-р Красимир Шишманов – зам. главен редактор, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов

Проф. д.н. Божидар Божинов, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов

Доц. д-р Иван Марчевски, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов

Доц. д-р Ирена Емилова, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов

Доц. д-р Любчо Варамезов, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов

Доц. д-р Румен Ерусалимов, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ - Свищов

Доц. д-р Силвия Костова, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ – Свищов

Доц. д-р Симеонка Петрова, Стопанска академия „Д.А.Ценов“ – Свищов

Международна редколегия на сп. „Бизнес управление“

Проф. д. ик. н. Дмитрий Чистов – Финансов университет при правителството на руската федерация, Москва, Русия.

Проф. д. ик. н. Татьяна Орехова – Донецки национален университет, Виница, Украйна

Проф. д. ик. н. Виктор Чужиков - Киевския национален икономически университет „Вадим Гетман“, Украйна.

Проф. д-р Йото Йотов – Драксел университет, Филадельфия, САЩ

Проф. д-р Дариуш Новак - Университет по икономика и бизнес, Познан, Полша

Проф. д-р Синиша Зарич – Университет на Белград, Сърбия

Доц. д-р Йоана Панагорец – Университет Валахия, Търговище, Румъния

Стилов редактор – Анка Танева

Превод на английски език – ст. преп. Румяна Денева,

ст. преп. Радка Василева

Технически секретар – Живка Тананеева

Дадено за печат на 11.08.2021 г., излязло от печат на 13.08.2021 г.,
формат 70x100/16, тираж 40

© Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов,
ул. „Ем. Чакаров“ 2, тел.: +359 631 66298

© Академично издателство „Ценов“, Свищов, ул. „Цанко Церковски“ 11А

БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ

Стопанска академия
„Д. А. Ценов“ – Свищов

Година XXXI, кн. 2, 2021

СЪДЪРЖАНИЕ

МЕНИДЖМЪНТ практика

СЪСТОЯНИЕ НА ЕЛЕКТРОННОТО УПРАВЛЕНИЕ И ДИГИТАЛНИТЕ АДМИНИСТРАТИВНИ УСЛУГИ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Доц. д-р Катя Емилова Кирилова

Доц. д-р Александър Цветанов Найденов 5

ИНСТРУМЕНТИ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ АНАЛИЗ ПРИ ИЗСЛЕДВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПАЗАР

Гл. ас. д-р Красимир Георгиев Кулчев 22

УЧИЛИЩНИЯТ ДИРЕКТОР – ОБРАЗОВАТЕЛЕН ЛИДЕР И ПРОФЕСИОНАЛЕН МЕНИДЖЪР

Александър Филипов 40

ЗАСТРАХОВАНЕ И ОСИГУРЯВАНЕ

ДЕМОГРАФСКИ ДЕТЕРМИНАНТИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД СОЦИАЛНАТА ЗАЩИТА ПРИ МАЙЧИНСТВО В БЪЛГАРИЯ

Ас. д-р Йордан Стефанов Йорданов 56

МЕНИДЖМЪНТ теория

ФАКТОРИ, ОБУСЛОВИЛИ ДОМИНИРАЩАТА РОЛЯ НА СЕКТОРА НА УСЛУГИТЕ В СЪВРЕМЕННИТЕ ИКОНОМИКИ

Гл. ас. д-р Силвия Господинова 81