

ас. д-р Ваня Василева

ШУ „Еп. К. Преславски“
ФПН, Катедра „Туризъм“
ул. „Университетска“ №115,
гр. Шумен, 9700
E-mail: viva7@mail.bg



В. Василева е магистър по специалността „География и биология“ в ШУ (2002). От 2002 г. преподава География и икономика в ПМГ „Нанчо Попович“, Шумен. Редовен докторант по география на рекреацията и туризма към ШУ, доктор по география (2008: „Възможности за развитие на алтернативния туризъм в Източна Стара планина и Източен Предбалкан“). От 2009 г. е щатен асистент по икономика и управление/туризъм към ШУ.

АНАЛИЗ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ОБМЕН МЕЖДУ БЪЛГАРИЯ И ПОЛША

Туристическият обмен между България и Полша има вече десетилетни традиции. Той се характеризира с динамични промени. През последните години се забелязва съществено покачване на броя на полските туристи, посетили България, както и на българите, посетили Полша. Така Полша вече е на девето място сред страните, генериращи туристопотоци към нашата страна. От източноевропейските страни повече са само руските туристи. Поради това полският туристически пазар предизвиква интерес.

Характеристика на полския туристически пазар

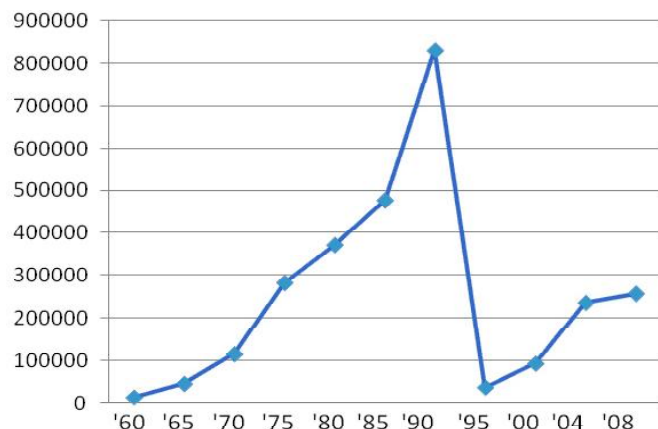
Според проучването Survey on the attitudes of European towards tourism (2009) през 2008 г. са пътували 60 % от поляците, т.е. повече от половината от населението пътува (за сравнение при българите този дял е 54 %, а при гражданите на ЕС 71 %). Пътуванията спрямо 2007 г. са се увеличили, както и техните разходи, което свидетелства за оживление на полския туристически пазар. Може да се очаква делът на пътуващите да нарасне във връзка с повишаването на доходите и мобилността на полските граждани и да достигне стойности, близки до средните за ЕС. От анкетираните 29 % са предприели повече от едно пътуване, като са избрали както краткосрочен, така и дългосрочен тур. Преобладават привържениците на дългите пътувания (4 и над 4 нощувки) – 16 % срещу 9 %, избрали само краткосрочно пътуване (до 4 нощувки). Сравнително дългият престой превръща поляците в желани гости за всяка туристическа дестинация. Полските туристи предпочитат сами да организират пътуванията си (75 %), 11 % използват посредничеството на туроператори, но закупилите цялостен туристически пакет са малцинство (около 2/5 от тях). Засега само 3 % са разчитали на интернет

при организацията на пътуването. Може да се очаква, че този процент ще нарасне (за сравнение в ЕС той е 10 %, в България 15 %). За повече от половината поляци (57 %) предпочитаното транспортно средство е автомобилът (в ЕС 47 %, в България 60 %). Да пътуват със самолет са избрали 15 % (в ЕС 36 %, в България 7 %). Може да се очаква този процент също да нарасне във връзка с изразените интереси на поляците към страни извън ЕС, респективно по-отдалечени дестинации. При пътуванията на поляците се забелязва силно изразена сезонност, като 70 % от туровете са концентрирани през месеците юли и август. Това е пряко свързано с мотивите на туристите, свързани с почивка, плаж и слънце (75 %). Поляците са по-склонни да се откажат от зимната си почивка (49 %), но не и от лятната (само 7 %). С повишаване на туристическия опит на полските туристи може да се очаква разнообразяване на интересите и диспергиране на пътуванията през годината, но лятната сезонност и рекреационният мотив ще останат водещи. Във връзка с посочените мотиви е изборът на дестинации извън собствената страна. Изборът на туристическа дестинация се влияе преди всичко от приятели и колеги (71 % – повече от всички други европейци). В по-малка степен влияние оказват личният опит (44 %) и интернет (32 %). Поляците предпочитат (54 %) традиционните добре познати дестинации. Най-предпочитани са Италия и Гърция, които могат да се приемат за основни наши конкуренти спрямо полските туристи. Поляците се ориентират и към по-близки за тях дестинации като Германия, Австрия, Чехия, Словакия, Украйна, Швеция, а също и към морските Хърватия, Франция, Испания, Турция, Тунис, Египет и др. Едва през 2005 г. България отново влиза в списъка на страните, активно посещавани от поляците (Полак, Герчев, 2007). Поляците са лоялни клиенти. Ако останат доволни, 70 % са склонни на следващо посещение.

Пристигания на полски туристи в България

Полските туристи познават нашата страна още от средата на миналия век. От тогава досега техният брой силно се променя във връзка със социално-икономическите промени, през които преминават Полша и България. Полският туристически пазар е един от най-променливите през последните десетилетия.

Броят на полските туристи, които посещават нашата страна (фиг. 1) устойчиво нараства до 1988 г., когато е регистриран най-голям брой – 922 352, т.е. близо милион. Това е пряко свързано с международните отношения в бившия социалистически лагер и туристическата роля на нашата страна в него. Във връзка с промените през 90-те години броят на полските посетители в България рязко спада и достига своите минимални стойности през 1995 г. – 37 324. Така само за няколко годи-



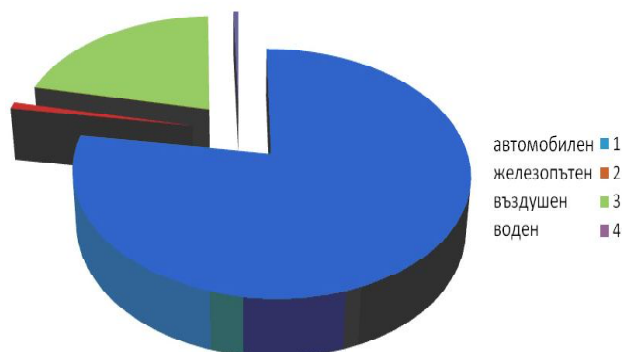
Фиг. 1. Промени в броя пристигания на полски граждани в България за периода 1960 – 2008 г.

Fig. 1. Variations of the number of Polish tourists in Bulgaria for the period of 1960–2008.

Таблица 1. Използване на различните видове транспорт при пристиганията на поляците и чужденците (общо) в България през 2007 г.

Table 1. Types of arrival transportation used by Polish tourists and foreigners in Bulgaria (total) in Bulgaria in 2007.

Вид транспорт	Автомобилен	Железопътен	Въздушен	Воден	Общо
Брой пристигнали чужденци	5 018 907	178 204	2 317 554	211 082	7 725 747
Дял (в %) пристигнали чужденци	65	2,3	30	2,7	100
Брой пристигнали поляци	171 670	1 991	46 823	1 109	221 593
Дял (в %) пристигнали поляци	77,5	0,9	21,1	0,5	100



Фиг. 2. Разпределение на пристиганията на полски граждани според вида използван транспорт през 2007 г.

Fig. 2. Distribution of arrivals of Poland citizens by types of transport in 2007.

ни полските посетители у нас намаляват 25 пъти. След 1995 г. се забелязва нова тенденция на растеж, като през 2008 г. е достигната максимална стойност от 257 713 души. Ръстът през първите девет месеца на 2009 г. е съществен – 68,8 %. Това повишение е свързано със стабилизацията на двете страни след прехода, членството в ЕС и отпадането на визовите изисквания, както и увеличаването на пътуванията на полските граждани в чужбина. През 2008 г. дялът на поляците от общия брой чужденци, посетили България, е 3 %. За сравнение през 1985 г. този дял е бил близо 17 %. Броят на полските посетители през 2008 г. е 7 пъти по-голям в сравнение с 1995 г., но и близо 4 пъти по-малко от техния максимум през 1988 г. Реализираните от полските туристи нощувки в нашата страна през 2008 г. са 400 590. Това са 3,4 % от нощувките на чужденци у нас. За последните 4 години тези стойности са се увеличили повече от два пъти. Според Герчев и Полак (2007 г.) в Полша се връща модата за почивка в България. Следователно, полските туристи започват отново да се превръщат във важен пазарен сегмент за българския туризъм. Тук можем да си зададем няколко въпроса. Дали полският туристически пазар е перспективен за България? Дали България е достатъчно конкурентноспособна? Дали броят на полските посетители у нас ще достигне и евентуално надмине стойностите от 1988 г.?

Полските посетители у нас пристигат (табл. 1, фиг. 2) предимно с автомобилен транспорт, което е характерно по принцип за техните пътувания. Това е

Таблица 2. Разпределение на мотивите за пътуване в България на полските и чуждестранните (общо) посетители през 2007 г.

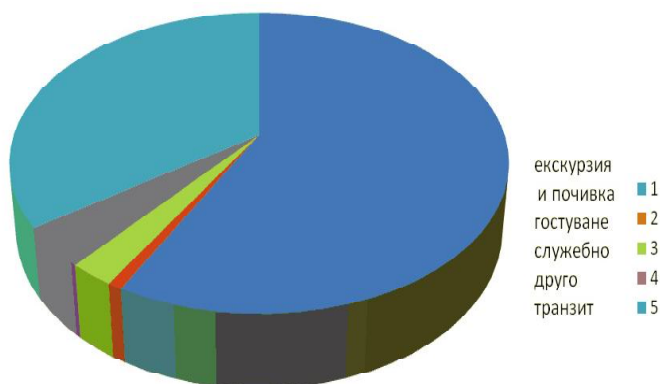
Table 2. Distribution of motives of Polish and foreign (total) citizens for travel to Bulgaria in 2007.

Видове мотиви	Екскурзия и почивка	Гостуване	Служебно	Други	Транзит	Общо
Брой чужденци	4 218 713	75 162	375 613	481 795	2 574 464	7 725 747
Дял чужденци (в %)	54,6	1	4,9	6,2	33,3	100
Брой поляци	128 246	407	5 872	9 507	77 561	221 593
Дял поляци (в %)	57,8	0,8	2,5	4,2	34,7	100

свързано с не особено голямата отдалеченост на двете страни и възможността разстоянието да бъде изминато с личен автомобил. По въздух пътуват около 1/5, което се обяснява с по-високата цена. Може да се очаква този дял да нарасне поради по-високата скорост и комфорт на самолетите, както и във връзка с появата на евтини авиопревозвачи. Незначителен е дялът на пристигащите с ЖП и воден транспорт поради липсата на удобни водни пътища и по-ниския комфорт, които предоставя ЖП транспорта в сравнение с личния автомобил. Разпределението по групи използван транспорт съответства на разпределението, що се отнася до общия брой на чужденците, пристигащи у нас, но при поляците са по-добре изразени предпочитанията към автотранспорта.

Що се отнася до мотивите за посещение на нашата страна, те също са сходни с тези на всички чужденци, пристигащи у нас (табл. 2, фиг. 3).

По-голямата част от поляците пристигат у нас с цел екскурзия и почивка (57,8 %), което свидетелства, че те възприемат България като туристическа страна и желаят да прекарат ваканцията си у нас.



Фиг. 3. Разпределение на мотивите за пътуване на полските посетители в България

Fig. 3. Distribution of motives for travel to Bulgaria of Polish visitors.

Значителен е и дялът на транзитно преминаващите (близо 1/3). Голяма част от тях се насочват към съседните Гърция и Турция. Трябва да се помисли за тяхното привличане в нашата страна през следващата им отпускане. Значително по-малък е дялът на пътуващите служебно, по други причини или идващи на гости (общ 7,5 %).

Пряка връзка с мотивите за посещението има

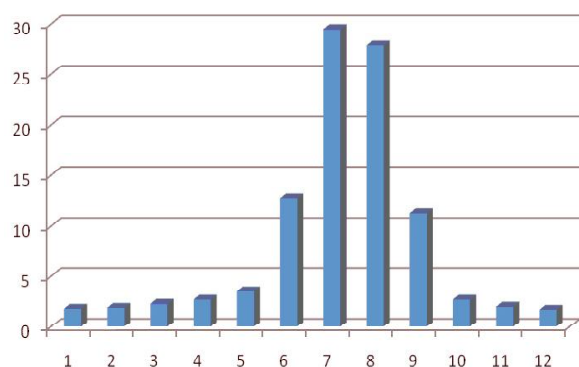
разпределението на полските посетители по месеци на годината (фиг. 4). Добре се откроява летен максимум на посещенията, особено през месеците юли и август, както и разширяване на сезона към месеците юни и септември. Това разпределение съвпада с разпределението на пътуванията на поляците в чужбина въобще. То е пряко свързано с практикуването на морски туризъм. В перспектива може да се очаква известно разширяване на сезона към месеците май и октомври при прилагане на подходяща ценова политика. Не може да се очаква обаче съществена промяна в това разпределение, в най-добрия случай е възможно само известно намаляване на сезонните различия ако се предлагат по-разнообразни възможности за туризъм от наша страна.

Предпочитанията на полските туристи към заведенята за настаняване са отразени в табл. 3 и фиг. 5.

Най-голям е дялът на избралите категория 4 звезди, а най-малко са избрали категорията 5 звезди, вероятно поради високата цена. В сравнение с общия брой нощувки на чужденци, при поляците се забелязва по-слаб интерес към най-високата категория и повече реализирани нощувки в едно- и двузвездните хотели.

Представените данни могат да се приемат само като ориентир, понеже наличната статистическа информация не предоставя информация относно настаняването в частни квартири и къмпинги, а може да се предположи, че към тях се насочват значителна част от полските туристи.

Престоят на поляците в България е продължителен (4 и повече нощувки) във връзка с това, че свързват пътуването си у нас с ваканция – най-често на море, а през зимата – на планина. Поради това полските туристи се насочват предимно към морските (Стънчев бряг, Приморско и др.) и планинските курорти (Банско и др.) и значително по-малко към вътрешността на страната. Следователно, те практикуват преди всичко масов туризъм. С повишаването на туристическия им опит и на-



Фиг. 4. Разпределение (в %) на посещенията на поляци в България по месеци през 2006 г.

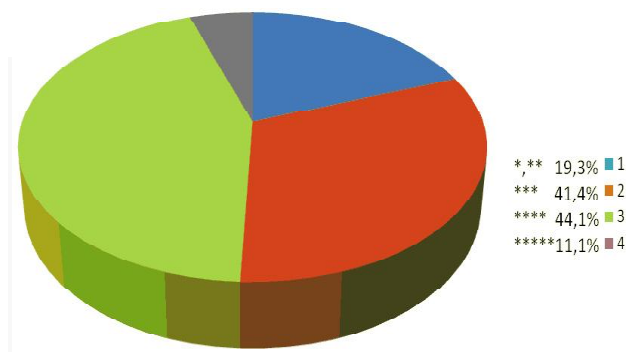
Fig. 4. Distribution (in %) of visits of Polish tourists to Bulgaria by months in 2006.

Таблица 3. Разпределение на нощувките на поляците и чужденците (общо) в различните категории средства за настаняване през 2008 г.

Table 3. Distribution of accommodation nights of Polish and foreign visitors (total) in the various types of accommodations in 2008.

Категория	Общо	*/**	***	****	***** и специална
Брой нощували чужденци	11 802 017	1 172 770	3 863 074	5 457 776	1 308 397
Дял (в %) от нощувалите чужденци	100	10	32,7	46,2	11,1
Брой нощували поляци	400 590	77 453	125 883	176 469	20 785
Дял (в %) от нощувалите поляци	100	19,3	31,4	44,1	5,2

сищането с морски ваканции може да се очаква в перспектива да се повиши интересът и към специализирани видове туризъм в останалата част на страната и по-специално – здравни и културни маршрути



Фиг. 5. Разпределение на нощувките на поляците в различните категории средства за настаняване през 2008 г.

Fig. 5. Distribution of the nights spent by Polish visitors at different accommodations in 2008.

(Маринов, 2007). Може да се очаква повишаване на интереса и към религиозен и винен туризъм и някои форми на спортен и екотуризъм. В. Маринов (2007) определя Полша като пазарен сегмент с второстепенно значение за нашата страна, наред с повечето от останалите бивши социалистически страни, съседните страни и др. Но тя е в категорията на най-перспективните сегменти след първостепенните като Германия, Великобритания, Русия и Скандинавските страни.

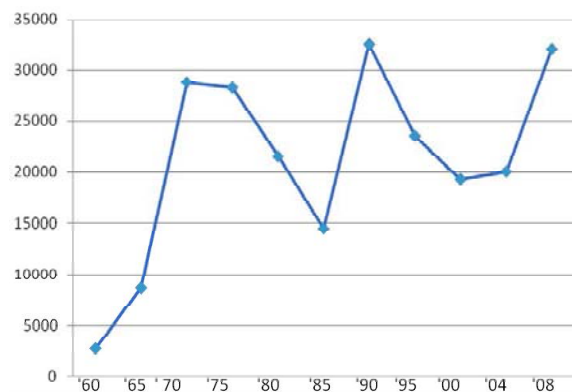
Пристигания на български туристи в Полша

Промените в пристиганията на български граждани в Полша са още по-динамични (Фиг. 6).

Открояват се три периода на повишаване на броя и два периода на намаляване. Най-много българци са посетили Полша през 1970 г. – 28 813, 1990 г. – 32 552 и 2008 г. – 32 067 души.

Най-големите спадове са през 1982 г. – 6 318 и 1998 г. – 16 212 души. Пъттуванията преди 1989 г. са значителни поради това, че и двете страни са в бившия социалистически лагер, което улеснява или поне не затруднява съществено пътуванията. Интересът на българите към чуждите страни, в т.ч. и Полша, значително нараства след 1989 г., но икономическата криза у нас се отразява негативно на пътуванията през 90-те години. След 1998 г. се наблюдава

значително нараства след 1989 г., но икономическата криза у нас се отразява негативно на пътуванията през 90-те години. След 1998 г. се наблюдава



Фиг. 6. Промени в броя на българските граждани посетили Полша за периода 1960–2008 г.

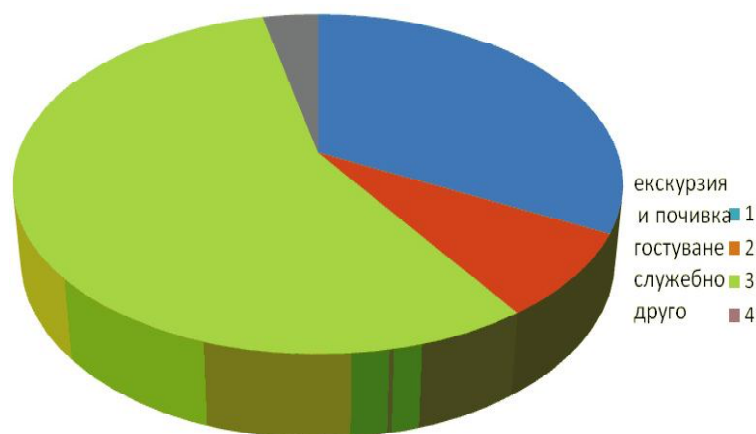
Fig. 6. Alterations of the number of Bulgarian citizens who visited Poland in the period of 1960–2008.

Таблица 4. Разпределение на мотивите за пътуване на българските граждани в Полша и в чужбина (общо) през 2007 г.

Table 4. Distribution of the motives of the Bulgarian citizens to travel to Poland and abroad (total) in 2007.

Видове мотиви	Екскурзия и почивка	Гостуване	Служебно	Други	Общо
Брой българи, пътували в чужбина	1 242 498	448 227	2 535 078	288 744	4 514 547
Дял (в %) от българите, пътували в чужбина	27,5	9,9	56,2	6,4	100
Брой българи, пътували в Полша	8 252	2 023	14 280	867	25 422
Дял (в %) от българите, пътували в Полша	32,5	8	56	3,5	100

ново устойчиво нарастване на броя българи, посетили Полша. Въпреки това през 2008 г. само 0,6 % от пътуващите в чужбина български граждани са избрали Полша. За сравнение – през 1988 г. техният дял е 3,9 %. Българите са едва около 0,2 % от чуждестранните туристи, посещаващи Полша. Следователно, на този етап те не са важен пазарен сегмент за полския туризъм.



Фиг. 7. Разпределение на мотивите за пътуване на българските граждани в Полша през 2007 г.

Fig. 7. Distribution of travel motives of Bulgarian citizens to Poland in 2007.

Повече от половината българи пътуват в Полша по служебни причини (табл. 4 и фиг. 7). Значително по-малко (около 1/3) са избрали Полша за екскурзия и почивка. Полша привлича българските туристи преди всичко с културно-историческото си наследство и възможностите за познавателен и събитийен туризъм. Значително по-малко са ходили гостите и пътувалите по други причини. Въпреки значителния превес на служебните пътувания, което е характерно по принцип за пътуванията на българите в чужбина,

може да се каже, че Полша е туристическа страна в нашите очи, понеже тук мотивът екскурзия и почивка е с 5 % по-висок, отколкото при пътуванията на българите зад граница като цяло.

Заклучение

В перспектива може да се очаква тенденцията за двустранно повишаване на туристическия обмен между България и Полша да продължи. Това е свързано с активизирането както на полския, така и на българския туристически пазар, а и със значителния брой население на Полша – 38 млн. души (седма в Европа). За това допринася и липсата на визови изисквания и отпадането на границите в ЕС, както и повишаването на доходите на поляците, които са вече на 24-то място в света по БВП на човек от населението (Полак, Герчев, 2007). Българите тепърва ще „откриват“ тази страна, която до сега не е възприемана у нас като особено популярна за туризъм. Туризмът в Полша обаче се развива с бързи темпове и тя е в топ 20 на дестинациите, приемащи най-голям брой туристи в света (близо 16 млн. годишно, т.е. повече от България). Броят на полските туристи, пристигащи в България, макар и да нараства трудно, ще надмине стойностите от 1988 г. Конкурен-

цията от страна на Гърция, Италия и други, предимно европейски плажни дестинации, е твърде силна. Съществен проблем е и състоянието на пътната мрежа у нас, намаляването на възможностите за кымпигуване, както и невладееето на полски език от работещите в туризма, т.е. на този етап е налице незадоволителна конкурентоспособност на нашата страна.

Полският туристически пазар е особено привлекателен, а и перспективен за България. Това е свързано с нарастването на туристическата активност на поляците, както и желанието за преоткриване на България от по-младото поколение поляци, които никога не са идвали у нас, но са чували много положителни неща за нея от своите родители, баби и дядовци. За да се използва успешно този потенциал е необходимо да се насочат съответните маркетингови и рекламни усилия. Разработването на специални програми за полски туристи и стимулиращата ценова политика могат да дадат добър резултат (Полак, Герчев, 2007).

Литература

Маринов, С. Приоритетният пазарен портфейл на българския туризъм. – Сб. „Българският туризъм – приоритети за развитие“, „Славена“, Варна, 2007.

Полак, Е., Г. Герчев. Полша като емитивен пазар за българския туризъм. – Сб. „Българският туризъм – приоритети за развитие“, „Славена“, Варна, 2007.

Ракаджийска, С. Изборът на целеви туристически пазари – предпоставка за по-добри резултати от развитието на туризма в България. – Сб. „Българският туризъм – приоритети за развитие“, „Славена“, Варна, 2007.

Статистически годишник, 1965 г. – НСИ, С., 2008.

Статистически справочник, 1965 г. – НСИ, С., 2009.

Туристически дестинации. – „Тракия М“, София, 2008.

Survey on the attitudes of European towards tourism. – Analytical report, 2009.

www.poland.gov.pl

www.tourism.government.bg

Analysis of the tourist exchange between Bulgaria and Poland

Assistant **Vanya Vasileva**, PhD

Bishop Konstantin Preslavski University of Shumen
Natural Sciences Faculty

Summary

The tourist exchange between Bulgaria and Poland has long-term traditions. It has changed more than ones. The number of tourists between Bulgaria and Poland is increasing now. For this reason the Polish tourist market is very interesting.