



<http://uard.bg>

## New Knowledge Journal of Science

### Списание за наука „Ново знание“

University of Agribusiness and Rural Development Academic Publishing House  
Bulgaria

Академично издателство на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите  
Пловдив

## ТУРИЗМЪТ В САЩ - СЪВРЕМЕННО СЪСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМИ

Красимир Левков

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите

<b>Ключови думи:</b> туризъм икономически ефект туристически потоци изходящ туризъм входящ туризъм вътрешен туризъм туристическа отвореност	<b>Резюме</b> Статията представя съвременното състояние на туризма в САЩ и очертава облика на една от най-мощните индустрии в страната с важен икономически и социален ефект. Проследяват се тенденциите в количественото развитие на материално-техническата база и в структурата на туристическите потоци (поотделно за изходящия, входящия и вътрешния туризъм). Подчертават се някои регионални и функционални особености в развитието на туризма в страната. Анализира се проблемът с недостатъчната туристическа отвореност на САЩ и подходите за нейното повишаване.
---	--

## TOURISM IN THE USA – CONTEMPORARY STATE, TENDENCIES, PROBLEMS

Krassimir Levkov

University of agribusiness and regional development – Plovdiv, Bulgaria

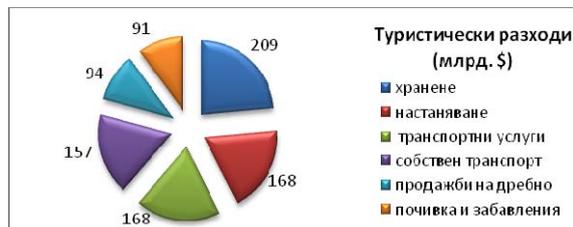
<b>Key words:</b> tourism economic impact tourist flow outbound tourism inbound tourism domestic tourism tourism openness.	<b>Abstract</b> The article presents the contemporary state of travel and tourism and shows the profile of one of the biggest industries in the USA that has an important economic and social impact. The tendencies in the development of the tourism infrastructure and in the structure of tourist flows (separately about the outbound, inbound and domestic tourism) are analyzed. Some regional and functional characteristics in the development of the American tourism are highlighted. The problem of the insufficient tourism openness of the USA and the approaches to its increase are analyzed.
---	--

### 1. Обща характеристика

Туризмът формира едва 3% от БВП на САЩ. Тази скромна цифра не може да изрази огромното икономическо и социално значение на отрасъла в най-развитата световна икономика. САЩ заемат първо място в света по приходи както от вътрешен, така и от международен туризъм. По данни на Американската туристическа асоциация (US Travel Association, USTA) през 2013 г. местните и чуждестранните туристи харчат в страната средно на ден 2,4 млрд. \$, 101 млн. \$ на час и 1,7 млн. \$ в

минута. Икономическият ефект от вътрешния и входящия международен туризъм в страната възлиза на 2,1 трлн. \$, в т.ч. 0,9 трлн. \$ пряк ефект (от тях 621 млрд. \$ от ваканционен и 266 млрд. \$ от делови туризъм) и 1,2 трлн. \$ непряк ефект. В структурата на прекия ефект се включват следните разходи, направени от туристите: 209 млрд. \$ за хранителни услуги, по 168 млрд. \$ за транспортни услуги и за настаняване, 157 млрд. \$ за собствен транспорт, 94 млрд. \$ за продажби на дребно и 91 млрд. дол. за почивка и забавления. Приходите

от данъци и такси във федералния, щатските и местните бюджети възлизат общо на 134 млрд. \$, в т.ч. 92 млрд. \$ от ваканционен туризъм и 42 млрд. \$ от делови туризъм<sup>1</sup>.



**Фигура 1. Структура на прекия икономически ефект на туризма в САЩ за 2013 г.**

Туризмът създава 1 от всеки 9 работни места в частния сектор на американската икономика. През 2013 г. са формирани 15 млн. работни места (трето място в света след Китай и Индия). От тях 7,9 млн. са пряко в туристическия бизнес, вкл. 5,6 млн. във ваканционния туризъм и 2,3 млн. в деловия туризъм (в т.ч. 1,4 млн. в бизнес туризъм и 0,9 млн. в конгресния туризъм). Още 7 млн. работни места са генерирани в индустрии, свързани с туризма. В качеството на работни заплати са изплатени 210 млрд. \$. Огромна част от местните туристически компании – 84% - се отнасят към малките фирми<sup>2</sup>.

#### Материално-техническа база

В Съединените щати е изградена огромна по своя капацитет материално-техническа база (МТБ) на туризма. Към нея се отнасят както местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, така и обектите на развлекателната индустрия. Тук се представят данни преди всичко за МТБ на хотелиерската и ресторантьорската индустрия в страната.

Настанителната база в страната е една от най-големите и модерни в света. Към 2012 г. броят на всички места за настаняване е почти 64 хил. (табл. 2). Гръбнакът на тази база са хотелите в населените места и курортите – почти 50 хил., с близо 5 млн. стаи (средно по 100 стаи на хотел). За сравнение броят на хотелите във Франция е около 3 пъти по-малък, а техният капацитет – 8 пъти по-малък. Средната годишна заетост на легловата база и в двете страни е около 60% (данните са на СТО). В хотелите се реализират 70% от продажбите в цялата хотелиерска индустрия на САЩ. В зависимост от своето разположение те се разделят на централни, курортни, хотели-казина, хотели край летищата и крайпътни хотели.

<sup>1</sup> US Travel Association

<http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics>.

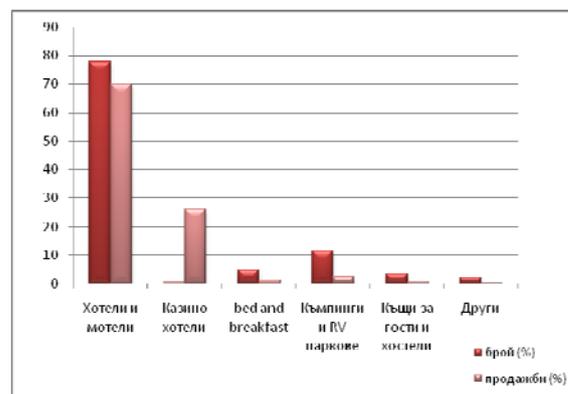
<sup>2</sup> Пак там.

Голям е броят на къмпингите и RV парковете, които обхващат 12% от броя на заведенията в настанителната база, но формират само 2,4% от приходите. На обратния полюс са казино хотелите, които с 0,5% от настанителната база формират над ¼ от приходите в хотелиерството. В тази сума се включват само продажбите, реализирани в казина към хотелски комплекси, без приходите на самостоятелните игрални заведения в САЩ.

#### Профил на клиента на хотелския туризъм в САЩ

През 2011 г. около 40% от клиентите са бизнес туристи, а останалите 60% са пътували с цел почивка и развлечения. При бизнес туристите две трети от нощувките са реализирани от мъже и 1/3 – от жени. Преобладаващата част от нощувките – 51% - са на възраст от 34 до 51 г., заети на професионална или управленска позиция, със среден семеен годишен доход от 116 хил. \$. Предпочитаният начин на пътуване е самостоятелно (68%), с предварителна резервация (94%), а средната заплатена цена на 1 нощувка е 129 \$. 40% от посетителите остават само за 1 нощ, 22% - за 2 нощи, а 38% - за 3 или повече нощи.

Типичната нощувка в хотелска стая при пътувания с почивка и развлечения е от двама души (50%), на възраст 35-54 г. (40%) или над 55 г. (35%), със среден семеен годишен доход от 90 хил. \$. Най-често използваното превозно средство е автомобил (81%). Клиентите правят предварителна резервация (91%) и заплащат средно за нощувка 109 \$. Само за 1 нощувка остават 47%, за две – 27%, а за 3 и повече – 26%<sup>3</sup>.



**Фигура 2. Структура на хотелиерската индустрия в САЩ според характера на местата за настаняване**

Ако някой туристически бранш е по-развит от хотелиерството в САЩ, то това е ресторантьорската индустрия. Данните от табл. 3 показват, че в близо 600-те хиляди заведения за хранене и развлечения в страната са заети около 10 млн. души, които реализират продажби на стойност над 500 млрд. \$. За високото ниво на концентрация в отрасъла

<sup>3</sup> <http://www.statista.com>.

говори и фактът, че повечето от най-големите ресторантьорски вериги в света са американски. Това определено се дължи и на нарастващата популярност на заведенията за бързо обслужване, считани за американски „патент“. Например знаковата за страната верига Макдоналдс през 2013 г. е реализирала само на вътрешния пазар продажби за 36 млрд. \$<sup>4</sup>.

## 2. Изходящ международен туризъм

Статистиката на СТО показва, че международните пътувания са под 10% от всички туристически пътувания, предприети от гражданите на САЩ. Проучване, направено от USTA през 2006 г., сочи, че най-популярни направления са били Мексико (20 млн. пътувания) и Канада (13 млн.). Тези две страни са привлекли 62% от всички изходящи пътувания. Между европейските страни най-висок дял във формираните туристопотоци от САЩ имат Великобритания (5,6%), Франция (3,6%), Германия (3,2%), Италия (2,8%). Постоянно нараства броят на пътуванията в региони като Африка, Източна Азия, Средна Европа. Расте интересът на американците към страни като Ямайка, Египет, РЮА, Тайланд, Перу и др.

### Цели на изходящия туризъм (2006 г.)

Преобладават пътуванията с цел отдих, развлечения и познавателна цел – 43%; 30% са деловите пътувания, 20% - посещение на роднини и приятели, 3% - учение, 4% - други. Най-голям дял от международните пътувания реализират жителите на Средноатлантическите щати - 24%, следвани от тези на Южноатлантическите щати – 23% и щатите от Тихоокеанския Запад – 19%. Това са предимно хора с висше техническо образование, мениджъри и ръководители. Продължителността на такива пътувания обикновено е от 11 до 17 дни. Възрастовите характеристики на участниците обуславят различния дял на пътуванията според тяхната цел: образователните пътувания (стъди турове) са водещи при възрастта от 16 до 25 г., деловите пътувания при възрастта от 30 до 60 г. и пътуванията с цел отдих и развлечения при възрастта над 60 г. Тази тенденция е формирана отдавна и намира своето обяснение в американския стил на живот. Най-добрият начин за изучаване на чужд език е пътуването и престоят в страна, където този език е роден за местното население (системата Au Pair). След като завършат университет и се устроят на работа, за американците основен става вътрешният семеен туризъм. През този житейски период задграничните пътувания имат предимно делови характер. След като се пенсионират, американците започват активно да пътуват по света. По

<sup>4</sup> <http://www.statista.com>.

време на пенсионната си възраст те натрупват обща продължителност на международните пътешествия средно по 6-7 месеца. Предпочитани места за отдих в чужбина са както близките страни от Карибите и Централна Америка, така и подалечни дестинации в Азия, Африка и дори Русия<sup>5</sup>. Два са основните туристически потоци, които формират през 2013 г. американските изходящи туристи при пътуванията им с цел почивка и развлечения (leisure tourism) – Западна Европа с 8,3 млн. и Карибите с 6,5 млн. (табл. 5). Водещи европейски дестинации според броя на пристиганията на американски туристи (без деловия туризъм) са Великобритания – 2,15 млн., Франция – 1,74 млн., Италия – 1,6 млн. и Германия – 1,36 млн.<sup>6</sup>.

Особено голямо е икономическото значение на американския изходящ туризъм за съседните страни от Карибския субрегион. Всяка година ги посещават над 10 млн. американци (без круизните пътувания). През 2012 г. Карибите приемат 12,3 млн. американски туристи. Това е 23% от изходящия туристически поток на САЩ и почти 50% от входящия поток към Карибите<sup>7</sup>. Най-големите туристопотоци (всеки по над 1 млн. годишно) се отправят към Доминиканската република, Пуерто рико, Ямайка и Бахамите. Относителният дял на американските туристи варира от 14% в Кюрасао до над 90% в Пуерто рико (табл. 6). Тези големи различия се дължат на историко-политически причини. Страни като Великобритания и Нидерландия продължават да бъдат основни емитивни пазари за своите бивши или настоящи владения в региона, като например Барбадос или Кюрасао. Същото се отнася и за ролята на САЩ във формирането на входящия туристопоток в Пуерто рико. Островът има статут на асоциирана територия и туристическите посещения на американски граждани в него само условно могат да се класифицират като международни.

След кризисната 2009 г. разходите за международни пътувания на американските граждани бързо нарастват и от 106 млрд. \$ достигат през 2012 г. 126 млрд. \$, в т.ч. 34 млрд. \$ за пътнически транспорт и 92 млрд. \$ за други туристически услуги. Все още обаче не са достигнати рекордните 133 млрд. \$, регистрирани през 2006 г. Статистиката сочи, че по разходи за международен туризъм (без транспортните разходи) САЩ разделят второ-трето място в света с Германия, отстъпвайки през последните две години на новия световен лидер – Китай [WTO].

<sup>5</sup> US Travel Association  
<http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics>.

<sup>6</sup> <http://www.statista.com>.

<sup>7</sup> <http://www.jtbonline.org/statistics>;  
<http://www.caribbeanandco.com>.

Средната продължителност на едно международно пътуване през 2011 г. е 19,6 дни, а средният дневен разход на 1 изходящ турист достига 175 \$. През последните години рязко намалява броят на едномедените (екскурзионни) туристически пътувания – от 132 млн. през 2006 г. на 65 млн. през 2012 г.<sup>8</sup>. Основната част от тях са до крайгранични градове и обекти в съседните Мексико и Канада (напр. до канадската част на Ниагара).

В категорията на екскурзианти попадат и пътниците на круизните лайнери, които посещават основно карибските страни за по-малко от 24 часа и не реализират нощувки на тяхна територия. Почти 1/3 от круизните пътувания на американците започват от пристанището на Маями. Други основни начални пунктове са пристанищата във Флорида Форт Лодърдейл, Орlando и Тампа, също така Ню Йорк, Галвестън (Тексас), Ню Орлиънс и Сан Хуан (Пуерто рико). Безспорен лидер по посещения на круизни пасажери в региона са Бахамите, следвани от Американските Вирджински острови<sup>9</sup>.

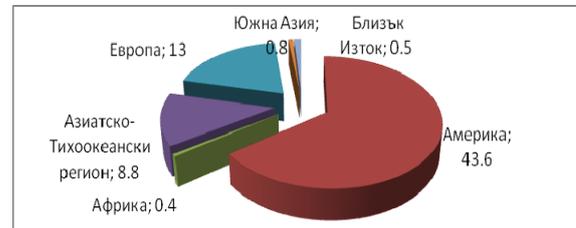
Като цяло северноамериканската морска круизна индустрия се обслужва от 178 кораба (2013 г.) Броят им само за периода 2007 – 2013 г. се е увеличил с 12% (19 кораба). Планира се строителството и на няколко нови лайнера с капацитет от няколкокостотин до няколко хиляди туристи. Круизни плавания на средни и малки съдове се извършват и по много от вътрешните водни пътища на САЩ – Мисисипи, Големите езера, Ниагара и др. През 2014 г. между американските туристи най-популярни са били речните круизи с веригите Grand Circle Cruise Line, Tauck и Viking River Cruises<sup>10</sup>.

### 3. Входящ международен туризъм

Северна Америка е третият след Европа и Източна Азия пазар на международния туризъм. Над 40% от туристите, пристигащи в Американския регион, посещават САЩ, които са безспорният лидер на пазара в Западното полукълбо. Туристическите пристигания в страната през 2013 г. са 69,8 млн., в т.ч. 32 млн. от презморски дестинации. Това отрежда на щатите второ място в света след Франция с пазарен дял 6,4% от международните пристигания [WTO].

Динамиката на туристическите пристигания и приходи в страната през първата декада на настоящия век е доста сложна. Възходящият като цяло тренд на два пъти е прекъсван – веднъж поради ефекта от атентата срещу Световния търговски център през 2001 г. и втори път поради

световната финансова криза през 2009 г. Първия път спадът е в рамките на 3 поредни години, а стойността от 2000 г. (51 млн. пристигания) е достигната отново едва през 2006 г. Втория път спадът от 2009 г. е преодолян още през следващата 2010 г., а през следващите 3 години е реализиран ръст от 10 млн. пристигания [WTO].



Фигура 3. Входящи туристически потоци по региони за 2013 г. (млн. пристигания)

Туризмът заема второ място между стопанските отрасли в САЩ по участието си в износа. Приходите от международен туризъм (т.нар. туристически експорт) в страната през 2013 г. възлизат на 181 млрд. \$ - 60% от туристическия експорт на целия Американски регион, като формират 31% от износа на услуги и 8,4% от общия износ на страната. Входящият международен туризъм осигурява 6,5% от текущия платежен баланс на САЩ за 2012 г. Туристите, пристигащи от презморски дестинации, са 46% от всички пристигащи и формират 79% от приходите. Средният престой на 1 чуждестранен турист от презморски дестинации е 17 дни, а средният приход - около 4,5 хил. \$. Основната част от приходите се формират от туристите от Канада, Япония, Великобритания, Мексико и Германия. Като цяло преобладават посещенията с цел туризъм и рекреация. Пристиганията с цел делови туризъм имат най-висок дял при германските туристи (16%), следвани от французите и италианците – по 13% и британците – 12%, докато при японците те са едва 9%<sup>11</sup>.

През 2013 г. разходите на американските туристи в чужбина са 124 млрд. \$, което позволява формирането на положителен баланс в размер на 57 млрд. \$ (първо място в света).

През 2013 г. водещи емитивни пазари (в млн. души) са: 1) Канада 23,4; 2) Мексико 14,3; 3) Великобритания 3,8; 4) Япония 3,7; 5) Бразилия 2,1. Прогнозите за петгодишния период 2013-2018 г. предвиждат най-висок ръст на туристите от Китай – 138,6%, Колумбия – 56,3%,

<sup>8</sup> Compendium of Tourism Statistics. 2014 Edition. UNWTO, Madrid, 2014.

<sup>9</sup> Caribbean Tourism Organisation: <http://www.onecaribbean.org>.

<sup>10</sup> <http://www.statista.com>.

<sup>11</sup> US Travel Association

<http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics>.

Индия – 53,7%, Тайван – 51,9% и Бразилия – 49,6%<sup>12</sup>.

Основните мотиви на туристите, посещаващи САЩ, са:

- ✓ шопинг;
- ✓ кулинарен туризъм (dining);
- ✓ градски туризъм (галерии, музеи и т.н.);
- ✓ исторически туризъм в крупни исторически центрове и градове;
- ✓ развлекателни и национални паркове;
- ✓ привлекателни места за отдих и лечение – балнеолечебни и спа курорти;
- ✓ планински ски курорти;
- ✓ центрове на хазартната индустрия (Лас Вегас, Атлантик сити, круизни речни и морски съдове).

Главното предизвикателство, пред което са изправени международните посетители в САЩ, е визовият режим за гражданите на голям брой държави. Ниският коефициент на туристическа отвореност поставя страната в по-неблагоприятна ситуация спрямо конкурентите ѝ от съседните субрегиони на Карибите, Централна и Южна Америка, където визовият режим е по-малко строг или дори липсва (напр. в Доминика и Хаити).

Във връзка с това американските власти през последните години провеждат политика на облекчено и ускорено издаване на туристически визи, особено за бързоразрастващите се емитивни пазари – Бразилия, Китай и Индия. Посолствата и консулствата на САЩ в тези страни са съкратили за 3 години времето за провеждане на интервю от няколко седмици до по-малко от 1 седмица.

#### 4. Вътрешен туризъм

Специфична особеност на американската туристическа индустрия е преобладаващото развитие именно на вътрешния туризъм. За средния американец пътуването в чужбина е напълно достъпно, но въпреки това вътрешният туризъм е по-предпочитан. Статистическите данни от последните години показват, че вътрешните туристически пътувания са около 2 млрд. - близо 40 пъти повече от изходящите международни пътувания на американските граждани<sup>13</sup>. В САЩ се осъществяват около 1/3 от всички вътрешни туристически пътувания в света, които по данни на СТО са между 5 и 6 млрд<sup>14</sup>.

Силното развитие на вътрешния туризъм се обуславя не само от икономическите

предпоставки. То се обяснява и с културно-исторически причини:

- патриотичните чувства на американците, стигащи до етноцентризъм – много от тях считат, че опознаването на други страни ще бъде за сметка на придобиването на знания за собствената страна;
- разнообразните климатични условия на САЩ удовлетворяват всички вкусове и желания;
- американският начин на живот.

#### Цели на вътрешните пътувания

През 2013 г. преобладаваща цел е отдихът - 78%, следван от деловите пътувания (22%). Пътуванията с цел отдих и почивка са достигнали 1,6 млрд., а деловите пътувания – 452 млн., от които ¾ са бизнес пътувания, а ¼ - с цел конгресен (събитийен) туризъм. Значително по-малко са пътуванията с цел посещение на роднини и близки, пазаруване (шопинг-туризъм), кулинарен туризъм, плажен туризъм и др. Основна форма на вътрешния ваканционен туризъм е семейната почивка. Делът на семейните пътувания от всички пътувания през почивните и празничните дни достига 72%<sup>15</sup>.

#### Дестинации

Голяма част от вътрешните пътувания с цел отдих и почивка са насочени към крайбрежните райони на САЩ. Огромна е ролята на туризма във формирането на трудовата заетост в щатите и окръзите по крайбрежието на Мексиканския залив. Безспорен лидер е щатът Флорида, но броят на заетите в туризма надхвърля 10 хиляди в редица окръзи и на Алабама, Мисисипи, Луизиана и особено в Тексас. В относителни числа това означава, че в повечето от крайбрежните окръзи туризмът формира от 10% до над 15% от общата трудова заетост<sup>16</sup>.

Друг атрактивен и проспериращ район на ваканционния туризъм в страната са Хавайските острови. 50-тият щат е любимото място на много американци както за семеен туризъм, така и за почитателите на сърфинга и екотуризма. През 2012 г. общият брой на пристиганията надхвърля 7 млн., в т.ч. 4,5 млн. от вътрешен туризъм и 2,7 млн. от международен. Около 2/3 от вътрешните туристи пристигат от западната част на страната. При международните туристи най-голям е пазарният дял на японците – почти 50%. Реализираните приходи достигат 13 млрд. \$, в т.ч. 7,3 млрд. \$ от вътрешен туризъм и 5,6 млрд. \$ от международен.

Традиционният начин за пътуване до Хаваите е със самолет, но през последните години бързо расте и броят на круизните туристи. Основният трафик се

<sup>12</sup> US Travel Association

<http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics>.

<sup>13</sup> US Travel Association

<http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics>.

<sup>14</sup> Tourism in the Americas. 2013 Edition. UNWTO, Madrid.

<sup>15</sup> US Travel Association

<http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics>.

<sup>16</sup> <http://www.eoearth.org>.

поема от летището и пристанището на Хонолулу. Местните власти реализират план за разширяване на маркетинга на Азиатските пазари, по-специално в Китай и Тайван. Основна целева група са потенциалните участници в бизнес прояви. Планът включва ускоряване на визовите процедури и разкриване на редовни авиолинии от Хонолулу до Пекин и Тайпе.

Поради относително кратката си история като държава САЩ не са между страните с най-големи традиции в областта на здравния туризъм. Но те са водеща страна в развитието на най-съвременното направление на здравния туризъм - уелнес туризма. Според проучване на Световната организация по спа туризъм (Global Spa Summit) клъстърът на световната уелнес индустрия генерира приходи от над 1,9 трлн. долара (2013 г.). Само в Съединените щати са регистрирани около 20 хиляди спа локации, които през 2011 г. са посетени от 156 млн. души. Дневният брой на посетителите в тях е в порядъка на 16 млн., а годишният им оборот достига 14 млрд. \$ - около ¼ от оборота на всички спа курорти в света. През 2010 г. в отрасъла са работили 138 хил. души на пълна заетост и 137 хил. на непълна. Между най-популярните спа курорти в света се нареждат и американските Cal-A-Vie във Виста, Калифорния, Mii Amo в Седона, Аризона и Лейк Остин спа резорт в Остин, Тексас. С най-голяма концентрация и посещаемост са спа курортите в щата Аризона<sup>17</sup>.

Съществен дял във вътрешния туризъм на САЩ заема ски туризмът. По данни на Националната ски асоциация директните приходи на американските ски курорти през сезона 2011-2012 г. достигат 5,83 млрд. \$. При това те са реализирани през най-слабия сезон за 10-годишния период от 2003/2004 до 2012/2013 г. В страната официално функционират 477 ски курорта, които през 2012-2013 г. са посетени от 57 млн. туристи. Най-голям е броят на ски зоните в щатите Ню Йорк – 50, Мичиган – 42 и Уисконсин – 32. Но безспорен лидер в ски туризма е щатът Колорадо, който с около 30 ски зони привлича над 20% от приетите туристи. В него са разположени 5 от 10-те най-посещавани ски курорти в страната. Тук е и най-големият брой на разкриваните всяка зима работни места – близо 40 хиляди. Значителна заетост се формира и в щатите Калифорния, Невада, Мейн, Ню Йорк, Пенсилвания, Мичиган и Уисконсин<sup>18</sup>.

Сериозен проблем за бранша е неустойчивото време през зимния сезон със силно променливата продължителност на задържане на снежната покривка, което се отразява на броя на посещенията.

## 5. Регионални и функционални особености в развитието на туристическите центрове

В рамките на САЩ като една от най-големите и развити туристически дестинации в света, са се обособили исторически формирани центрове и райони с определена функционална специализация, ориентирани към различни видове туризъм:

- 1) исторически райони - Нова Англия и Средноатлантически щати;
- 2) мегаполисни исторически центрове, отразяващи формирането на американското общество – Ню Йорк, Вашингтон, Чикаго;
- 3) центрове на културния и плажния отдых по Тихоокеанското крайбрежие, Флорида и на Хавайските острови;
- 4) центрове на екстремния туризъм - Аляска, Хаваите, Северозападните щати и др.;
- 5) центрове на хазартния туризъм;
- 6) места на традиционно-церемониалния туризъм (Ниагара, Хаваите).

Туризмът има важна роля във всеки американски щат и регион, но за някои от тях тя е особено голяма. В Топ 10 на най-посещаваните щати и региони на САЩ влизат: Калифорния, Флорида, Ню Йорк, Хавай, Невада, Гуам, Масачузетс, Илинойс, Тексас и Аризона. Според Търговския департамент на САЩ щатът Ню Йорк е най-посещаваният от чуждестранни туристи, привличайки над 30% от всички посетители. Следващите щати в топ 5 според международните пристигания са: Флорида – 22%, Калифорния – 20%, Невада и Хавай – по 8%.

Туризмът е най-мощната индустрия във Флорида, която привлича над 80 млн. туристи годишно и генерира над 60 млрд. \$ приходи. В Хаваите туризмът осигурява над 11 млрд. \$ годишно – 1/5 от БВП на щата. В Невада таксите от игралния бизнес формират 1/3 от приходите в щатския бюджет. Само Лас Вегас приема над 36 млн. туристи годишно.

**Ваканционен туризъм. Курортите в САЩ.** Терминът „курорт“ може да бъде използван за описване на разнообразни места за провеждане на ваканции, туризъм и рекреация. Курортът може да бъде цялостна дестинация или единичен търговски обект. Терминът най-често се използва за обозначаване на места, където клиентите биват обслужвани по време на своята ваканция и отдых, без да се налага да напускат споменатите места. Някои курорти се свързват със специфичен тип рекреация, като например тематичните паркове. Само Уолт Дисни генерира над 14 млрд. \$ годишно. Други, като например ски курортите, разчитат на сезонна активност. Курортите, съществуващи като индивидуални търговски обекти, се отнасят главно към групата на хотелите. Най-мощната американска хотелска верига е Мариот интернешънъл, но тя отстъпва по приходи на

<sup>17</sup> <http://www.statista.com>.

<sup>18</sup> <http://www.statista.com>.

британската Интерконтинентал хотелс груп, която генерира 22 млрд. \$ през 2013 г.<sup>19</sup>

### Градски и културен туризъм

Топ 10 на най-добрите градове в САЩ според американците включва: Сан Франциско; Ню Орлиънс; Санта Фе, Ню-Мексико; Чарлстън, Ю. Каролина; Бостън, Ню Йорк сити, Сиатъл, Сан Антонио, Тексас, Чикаго, Вашингтон. Критериите за оценка са: ресторанти, развлечения, околна среда, културно обогатяване, дружелюбие<sup>20</sup>.

Ню Йорк сити е националната туристическа топ дестинация. През 2009 г. градът приема 45 млн. туристи, а през 2012 г. – 50 млн. (вътрешни и международни). Официално заети в туризма са над 300 хил. души и поне още толкова – в свързаните с него индустрии.

В списъка на най-посещаваните градове попадат туристически центрове от различни райони на страната. Подгласник на Ню Йорк по източното крайбрежие е историческият Бостън, следван от Филадельфия и столицата Вашингтон. В Приезерния район лидер е Чикаго. Най-голяма е концентрацията на крупните туристически центрове в щатите Калифорния (Лос Анжелис, Сан Франциско, Сан Диего) и Флорида (Маями, Орландо). В Топ 15 попадат също столицата на хазартния бизнес Лас Вегас, южняшкият Хюстън, административният център на Хаваите Хонолулу и богатият на традиции Ню Орлиънс<sup>21</sup>. Всеки от тях е посещаван от над 30 млн. туристи годишно<sup>22</sup>.

В по-големите градове, като Ню Йорк, делът на туризма в общата заетост е нисък поради по-развития и разнообразен трудов пазар. И обратно, в някои по-малки селища (според американските стандарти) като Орландо и Хонолулу зависимостта на местната икономика и трудов пазар от туризма е далеч по-голяма.

**Екотуризм.** Мрежата от **национални паркове** на САЩ включва около 400 парка и 180 национални резервата. Всички те са под опеката на Националната паркова служба. Службата администрира и много други обекти с историческо значение – Залата на независимостта в Калифорния, Пътят на свободата в Бостън, корабът Аризона в Пърл Харбър на Хаваите и др.

Някои от най-посещаваните национални паркове са Акадия в Мейн, Биг Бенд в Тексас, Брайс Кениън в Юта, пещерният комплекс Карлсбад в Ню Мексико, Грейтър лейк в Орегон, Долината на смъртта в Калифорния, Денъли в Аляска,

Евърглейдс във Флорида, Големият каньон в Аризона, Грейт Смоуки маунтийнс в Северна Каролина, Йелостоун в Уайоминг, Цион (Зайън) в Юта.

### Развлекателна индустрия

През 90-те години на XX век в САЩ настъпва бум в строителството на развлекателни паркове. Понастоящем сезонно функционират около 600 такива парка с над 1 млн. служители.

Най-посещаваните **тематични и атракционни паркове** в САЩ:

- Disneyland – Калифорния,
- The Magic Kingdom at Walt Disney World – Флорида,
- Epcot at Walt Disney World – Флорида,
- Disney MGN Studios at Walt Disney World – Флорида,
- Universal Studios – Флорида,
- Universal Studios - Калифорния,
- Sea World - Флорида,
- Busch Gardens – Тампа, Флорида,
- Sea World - Калифорния.

Много американци познават знакови туристически дестинации като например Дисни Уърлд, но туризмът има по-голямо икономическо значение и за по-малко популярни места. Например щатите Колорадо и Уайоминг се нареждат между десетте щата с най-висок дял на туризма в заетостта на населението.

През 90-те години на XX в. широко обсъждан въпрос в Съединените щати е този за необходимостта от държавна подкрепа за туризма. Независимо проучване, проведено в щата Колорадо по повод решението на местните власти да прекратят разходите за туристически маркетинг в периода 1994-1997 г., установява, че през същия период туристическите пристигания в щата намаляват с 8%. След подновяването на подкрепата за туризма пристиганията отново възстановяват позитивния си тренд.

Необходимо е да се подчертае голямото значение на съвременната транспортна мрежа на САЩ за силното развитие както на вътрешния, така и на международния туризъм. Скоростните магистрали осигуряват бърз достъп до крайградските туристически зони, а вътрешните въздушни линии са предпочитани за пътувания до по-далечни дестинации в страната и в чужбина. За входящите в страната туристи въздушният транспорт също е основно средство за придвижване. Неслучайно половината между 10-те най-натоварени летища в света са в САЩ.

<sup>19</sup> <http://www.statista.com>.

<sup>20</sup> US Travel Association

<http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics>.

<sup>21</sup> Пак там.

<sup>22</sup> <http://blog.travefy.com/wp-content/uploads/2013/05/travefy-map.jpg>.

Таблица 1. Основни данни за хотелиерската и ресторантьорската индустрия в САЩ

Показател	1997	2002	2007	2012	Изменение 2007 – 2012 (%)
Обекти (хил.)	545,1	565,6	634,4	660,9	4,2
Продажби (млрд. \$)	350,4	449,5	613,8	710,4	15,7
Заети лица – общо (млн.)	9,451	10,121	11,601	12,028	3,7
Среден брой заети на 1 обект	17,3	17,9	18,3	18,2	-5,0
Брой население на 1 обект	489	509	475	475	0
Продажби на 1 жител (\$)	1315	1562	2037	2263	11,1

Източник: U.S. Census Bureau, 1997, 2002, 2007, and 2012 Economic Census and Population Estimates

Таблица 2. Сравнителни данни за хотелиерската индустрия в САЩ

Показател	Година	Обекти		Продажби	
		брой	дял (%)*	млрд. \$	дял (%)*
Места за настаняване - всичко	2007	62740	100,0	180,4	100,0
	2012	63896	100,0	195,4	100,0
Hoteli (bez kazino hotelite) и moteli	2007	48108	76,7	122,0	67,8
	2012	49588	77,6	136,3	69,8
Казино хотели	2007	307	0,5	51,6	28,7
	2012	344	0,5	51,3	26,3
Заведения от типа „bed and breakfast”	2007	3380	5,4	1,0	0,6
	2012	3014	4,7	1,1	1,1
Къмпинги и RV паркове (recreational vehicle parc)	2007	7420	11,8	4,4	2,4
	2012	7413	11,6	4,8	2,4
Къщи за гости и хостели (Rooming and boarding houses)	2007	2217	3,5	0,8	0,4
	2012	2209	3,5	1,3	0,7
Всички останали места за туристическо настаняване	2007	1308	2,1	0,5	0,3
	2012	1328	2,1	0,7	0,4

Източник: U.S. Census Bureau, 2012 and 2007 Economic Censuses  
Release Date 10/28/2014

\* изчисленията са на автора

Таблица 3. Основни данни за ресторантьорската индустрия в САЩ

Показател	1997	2002	2007	2012	Изменение 2007 – 2012 (%)
Заведения за хранене и развлечения (хил.)	486,9	504,6	571,6	596,9	4,4
Продажби (млрд. \$)	251,9	321,4	433,4	514,2	18,6
Заети лица – общо (млн.)	7,755	8,308	9,630	10,074	4,6
Среден брой заети на 1 обект	15,9	16,5	16,8	16,9	0,2
Брой население на 1 обект	547	570	527	526	-0,2
Продажби на 1 жител (\$)	945	1117	1438	1638	13,9

Източник: 1997, 2002, 2007, and 2012 Economic Census and Population Estimates

Таблица 4. Основни данни за изходящия туризъм на САЩ

Показател	мярка	2006	2008	2010	2012
Международни пътувания - всичко	млн.	183,2	146,1	130,8	126,1
• Туристически пътувания	млн.	51,0	63,6	60,3	60,7
• Екскурзии	млн.	132,2	82,5	70,5	65,4
Разходи – всичко	млрд. \$	132,9	119,2	110,3	126,6
• Разходи за туристически услуги (без транспорт)	млрд. \$	111,3	87,4	83,1	91,9
• Разходи за пътнически транспорт	млрд. \$	22,6	31,5	27,3	34,7
Средна продължителност на престоя	дни	15,8	18,0	18,6	19,6*
Среден разход на денонощие	\$	153,0	169,5	162,2	175,2

\* 2011 г.

Източник: *Compendium of Tourism Statistics. 2014 Edition. UNWTO, Madrid, 2014*

Таблица 5. Изходящи туристически пътувания на гражданите на САЩ с цел почивка и развлечения по региони и дестинации през 2013 г.

Регион	Пътувания (млн.)
Европа	8,28
Кариби	6,54
Азия	4,15
Южна Америка	1,67
Централна Америка	1,55
Близък Изток	1,31
Африка	0,67

Източник: <http://www.statista.com>

Таблица 6. Туристически пристигания в някои страни от Карибския субрегион (2013 г.)

Страна	Пристигания – всичко (хил.)	Пристигания от САЩ (хил.)	Дял (%)*
Аруба	979,3	556,3	56,8
Бахами	1363,5	1065,4	78,1
Барбадос	508,5	120,6	23,6
Кайманови острови	345,4	265,4	76,8
Кюрасао	440,0	61,5	14,0
Доминиканска република	4689,8	1587,4	33,8
Ямайка	2008,4	1271,3	63,2
Пуерто рико	1588,7	1444,6	90,9
Сейнт Лусия	318,6	128,3	40,3
Сейнт Мартен	467,3	246,2	52,7

Източник: <http://www.onecaribbean.org>

\* Изчисленията са на автора

Таблица 7. Основни данни за входящия международен туризъм в САЩ

Показател	мярка	2006	2008	2010	2012
Международни пристигания - всичко	млн.	183,2	175,6	162,1	171,6
• туристи	млн.	51,0	57,9	60,0	67,0
• екскурзианти	млн.	132,2	117,7	102,3	104,6
Туристически пристигания по региони	млн.	51,0	57,9	60,0	67,0
• от Америка	млн.	33,1	37,1	35,6	43,6
• от Европа	млн.	10,5	13,2	12,4	13,0
• от Азиатско-Тихоокеанския регион	млн.	6,4	6,3	7,4	8,8
• от Южна Азия	млн.	0,5	0,7	0,7	0,8
• от Близкия Изток	млн.	0,2	0,2	0,3	0,5
• от Африка	млн.	0,3	0,3	0,3	0,4
Туристически пристигания по вид транспорт	млн.	51,0	57,9	60,0	67,0
• въздушен	млн.	27,8	32,1	33,3	37,7
• сухопътен	млн.	22,7	25,4	26,3	28,9
• воден	млн.	0,5	0,5	0,4	0,4
Дейност на хотелите и други под. места за настаняване					
• пренощували лица	млн.	16,9	20,0	20,9	23,4
• реализирани нощувки	млн.	127,1	166,4	177,9	217,5
Приходи - всичко	млрд. \$	132,9	170,5	164,6	200,1
• от туристически услуги (без транспорт)	млрд. \$	111,3	139,6	133,6	160,7
• от транспортни услуги	млрд. \$	21,6	29,9	31,0	39,4
Приходи според основната цел на пътуванията - всичко	млрд. \$	111,3	139,6	133,6	160,7
• лични пътувания	млрд. \$	103,1	130,9	127,3	154,1
• бизнес и професионални пътувания	млрд. \$	8,2	8,7	6,3	6,6
Средна продължителност на престоя - общо	денонощия	15,8	16,4	17,0	17,0
• в хотели и други под. места за настаняване	нощи	7,5	8,3	8,5	9,3
Среден приход от 1 чуждестранен турист	\$	153,0	272,6	233,9	257,1

Източник: *Compendium of Tourism Statistics. 2014 Edition. UNWTO, Madrid, 2014*

Таблица 8. Туристическа отвореност в Регион Америка по субрегиони към 2013 г.

Регион/Субрегион	Туристическа отвореност	Посещение без виза (%)	Входна виза (%) (Visa on arrival)	Електронна виза (%) (e-visa)	Виза (%)
<b>Целият свят</b>	<b>30</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>64</b>
<b>Регион Америка</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>62</b>
Северна Америка	14	11	0	6	83
Кариби	41	39	2	1	58
Централна Америка	36	31	8	0	62
Южна Америка	36	29	9	0	62

Източник: *Tourism in the Americas. 2013 Edition. UNWTO, Madrid*

Таблица 9. Данни за вътрешния туризъм в САЩ

Показател	мярка	2006	2008	2010	2012
Туристически пътувания (без едномдневни екскурзии) - всичко	млн.	2004,5	1964,9	1963,7	2030,3
Лични пътувания (с цел почивка и др.)	млн.	1510,2	1503,8	1514,2	1571,3
Делови пътувания	млн.	494,3	461,1	449,5	459,0

Източник: *Compendium of Tourism Statistics. 2014 Edition. UNWTO, Madrid, 2014*

#### Изводи

1. Туризмът е една от най-мощните индустрии в САЩ, с важен икономически и социален ефект. По редица показатели страната заема едно от първите места в света и се определя като водеща туристическа държава.

2. Туристическата система, формирана в САЩ, може да се разглежда като успешен модел за развитие на ефективен туризъм и от други страни с големи природни, демографски и икономически ресурси, които днес се намират във фазата на преход от индустриална към постиндустриална структура на стопанството (Китай, Индия, Бразилия и др.).

#### Литература

1. Caribbean Tourism Organisation: <http://www.onecaribbean.org>.
2. *Compendium of Tourism Statistics. 2014 Edition. UNWTO, Madrid, 2014.*
3. <http://blog.travefy.com/wp-content/uploads/2013/05/travefy-map.jpg>.

4. <http://www.caribbeanandco.com>.
5. <http://www.eoearth.org>.
6. <http://www.jtbonline.org/statistics>.
7. <http://www.statista.com>.
8. Rough Guides To Travel <http://travel.roughguides.com/roughguides.html>.
9. *Tourism in the Americas. 2013 Edition. UNWTO, Madrid.*
10. *Travel and Tourism / 2012 Statistics* [www.census.gov/.../travel](http://www.census.gov/.../travel).
11. U.S. Census Bureau, 1997, 2002, 2007, and 2012 Economic Census and Population Estimates.
12. U.S. National Parks by Type <http://www.nps.gov/legacy/nomenclature.html>.
13. US Travel Association <http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics>.
14. USA Tourist.com: <http://www.usatourist.com>.
15. [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
16. Левков, К. Големите и малките шампиони на туризма. Сп. „Ново знание“, бр. 2/2013.