

TOURIST EXPORT OF BULGARIA AS A FACTOR FOR REDUCING THE NEGATIVE FOREIGN TRADE BALANCE

Krasimir Levkov, Plamen Lakov, Veliko Velikov

University of agribusiness and rural development, Plovdiv, Bulgaria

Abstract: The report analyzes the role of tourism export of Bulgaria as a factor in reducing the negative foreign trade balance of the country. There is a tendency towards long-term growth of the relative share of tourist export as part of the total export. The influence of some limiters on the further growth of tourist export was found.

Keywords: foreign trade, trade balance, deficit, tourist export.

ТУРИСТИЧЕСКИЯТ ЕКСПОРТ НА БЪЛГАРИЯ КАТО ФАКТОР ЗА НАМАЛЯВАНЕ НА ОТРИЦАТЕЛНОТО ВЪНШНОТЪРГОВСКО САЛДО

Красимир Левков, Пламен Лаков, Велико Великов

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – гр. Пловдив, България

Резюме: В доклада се анализира ролята на туристическия експорт на България като фактор за намаляване на отрицателното външнотърговско салдо на страната. Разкрива се тенденция за постепенен спад на относителния му дял в общия износ. Установява се влиянието на някои ограничители на по-нататъшния ръст на туристическия експорт.

Ключови думи: външна търговия, търговско салдо, дефицит, туристически експорт.

Въведение

България е страна с традиционно отрицателен външнотърговски баланс. Но тази оценка се дължи на остарялата представа за външната търговия като за търговия само със стоки с материален характер. Страната ни участва все по-активно и в международната търговия с услуги, като в тази сфера нашето търговско салдо е положително. Определяща роля за това има туристическият експорт.

Целите на изследването включват:

- анализ на ролята на туристическия експорт на България за намаляване на отрицателното външнотърговско салдо на страната;
- разкриване на тенденцията за постепенен спад на дела на туристическия експорт в общия износ;
- установяване влиянието на някои ограничители на по-нататъшния ръст на туристическия експорт.

Материал и методи

Основни източници на статистическа информация са официални български и международни институции – НСИ, Министерство на туризма, Световна търговска организация, Световна туристическа организация, Световен съвет за пътешествия и туризъм (WTTC) и др. Включени са също изчисления, направени от авторите по данни на посочените

институции, както и предишни публикации, свързани с темата. Приложени са методи за статистически и сравнителен анализ.

Резултати и дискусия

През 2007 г., когато влиза в ЕС, България има рекорден отрицателен външнотърговски баланс в търговията със стоки, възлизащ на -8,3 млрд.евро. (БНБ) Сериозният дефицит в платежния баланс на страната се компенсира от три основни източника – чуждестранните инвестиции, преводите на български граждани от чужбина и положителния баланс в търговията с услуги. Най-съществен дял в нея има международният туризъм.

Табл. 1 и фиг. 1 дават представа за ролята на туристическия експорт в нашата международна търговия. В периода от 2007 до 2017 г. той нараства с 35% - от 2,6 на 3,5 млрд. евро. (Министерство на туризма) През цялото това време България има положителен туристически баланс, който в годините варира между 1 и 2 млрд. евро и компенсира значителна част от отрицателното салдо при търговията със стоки. Но тази компенсация се дължи не само на бързото нарастване на туристическия експорт, а и на трайно намаляващото отрицателно салдо при стоквата търговия, което от -5,2 млрд. евро за 2009 г. спада на -2,4 млрд. евро през 2017 г. Относителният дял на туристическия експорт в общия национален износ на стоки и услуги спада от 15,2% през 2009 г. до 10,1% през 2017 г.

Таблица 1. Външна търговия на България, 2009 – 2018 г. (млн. щатски долара)

Година	Салдо - стоки	Салдо - услуги	Туристически експорт
2009	-7221	2765	3740
2011	-4374	3825	3970
2013	-4724	3515	4072
2015	-3505	3326	2984
2017	-2747	3114	4115
2018	-4750	3893	4479

Източници:

- <http://www.tourism.government.bg> (сайт на Министерството на туризма),
- <https://www.bnb.bg> (сайт на БНБ), - <http://www.nsi.bg> (сайт на НСИ),
- https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts2019chapter08_e.pdf

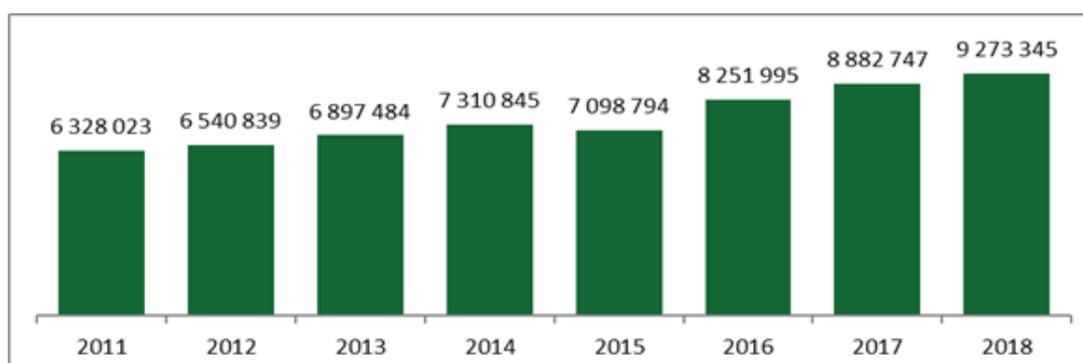
Според WTTC през 2018 г. около 1/10 от работните места и БВП в света се създават в сферата на туризма. Значително по-голям е приносът на вътрешния туризъм, отколкото на международния. Съотношението между тях в произведения туристически продукт е 71:28 (в България обаче е 16:84). През последните години международният туристически експорт (1,6 трлн. \$ за 2018 г.) формира около 6-7% от общия международен експорт. През същата година туристическият експорт на България достига 5,065 млрд. \$ и формира 12,3% от общия национален износ. (<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>)



Фигура 1. Търговия със стоки и услуги и туристически експорт на България, 2009 – 2018 г. (млн. щатски долара)

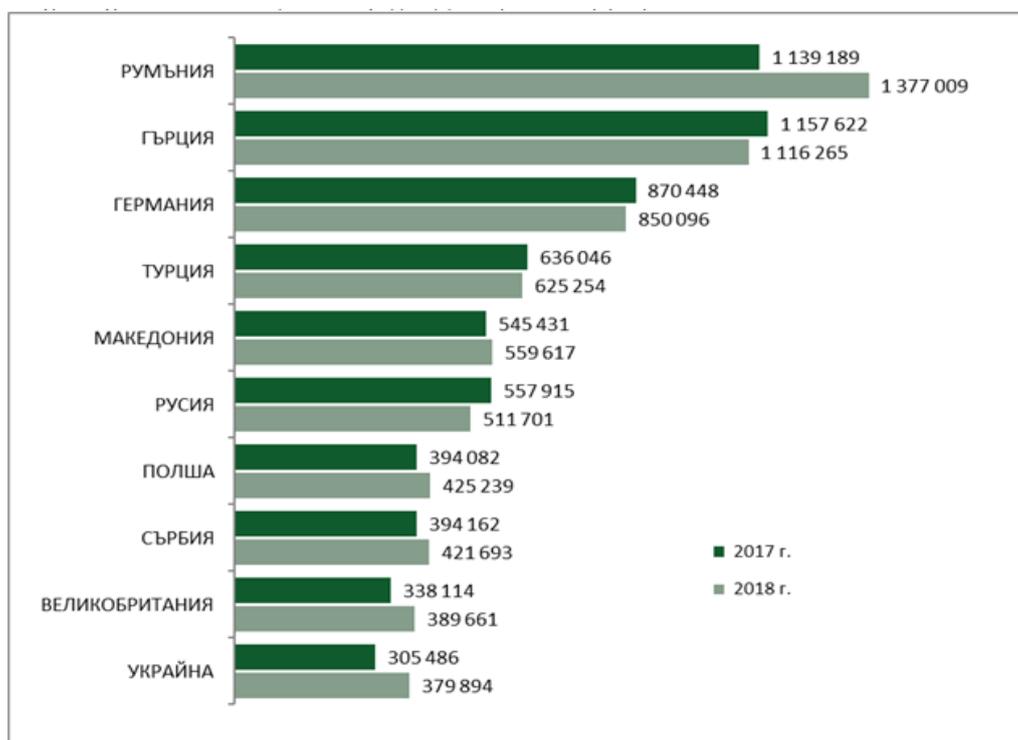
По данни на НСИ и на Световната туристическа организация от 2010 до 2017 г. международните туристически пристигания в България са се увеличили с около 40% - от 6,047 млн. на 8,883 млн. (фиг. 2) През това време приходите от тях са нараснали от 3,407 млрд. \$ на 4,045 млн. \$ - ръст от 19% (по-ниският ръст се дължи отчасти на поскъпването на долара в това време). В същия период общият брой на международните пристигания в България се е увеличил от 8,374 млн. на 11,596 млн., като в това число влизат и 2,7 млн. транзитни преминавания. (https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=203) – ръст от 38%. Това съответства на общата световна тенденция. През посочения период международните пътувания също са се увеличили с 40%, надхвърляйки 1,3 млрд. Приходите от международен туризъм в света са достигнали 1,34 трлн. \$, а общият туристически износ (заедно с транспортните туристически услуги) възлиза на 1,58 трлн. \$. (World Tourism Organization (2018), UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition. UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419876>)

В периода 2010 – 2017 г. БВП на България се е увеличил от 74,4 млрд. лева на 102,3 млрд. лева. (НСИ) Нарастването е с 38% и кореспондира с ръста на туристическия експорт. Ясно е, че през последните години туризмът у нас и в частност рецептивният международен туризъм се развива не сам за себе си, а като част от динамиката на цялата ни икономика.



Фигура 2. Международни туристически пристигания в България, *Източник: НСИ*

Дори за краткия период от 2014 до 2018 г. броят на реализираните нощувки от чужденци в местата за настаняване в страната нараства с 26%, като се увеличава от 14,078 млн. на 17,749 млн. (<https://www.nsi.bg/bg/content/1992/годишни-данни>). В същото време обаче не се наблюдава ръст на продължителността на туристическия престой - средният брой нощувки на един турист, регистриран в местата за настаняване остава под 5 (СТО).



Фигура 3. Водещи емитивни туристически пазари в България, 2017 и 2018 г., *Източник: НСИ*

Няма сериозни промени и по отношение на основните ни емитивни пазари. Формален лидер остава Румъния, но големият брой на пристиганията се дължи преди всичко на транзитни преминавания. Кратък е престоят на туристите от съседните държави. Намаляват руските туристи, а британският пазар е трудно предсказуем.

Основни изводи

Рецептивният международен туризъм в България и произведеният от него туристически продукт, който разглеждаме като туристически експорт има своето важно значение за националната икономика. То обаче не трябва да се абсолютизира. Вече посочихме, че въпреки значителния ръст, неговият дял в общия национален износ на стоки и услуги спада от 15% през 2009 г. до 10% през 2017 г.

В близко бъдеще е вероятно да се засили влиянието на някои фактори, ограничаващи по-нататъшния му ръст:

– Актуалните тенденции в изходящия международен туризъм показват, че близо 80% от международните пътувания имат интрарегионален характер. Това означава, че високият ръст на китайския и на американския изходящ международен туризъм ще се отрази благоприятно най-вече на рецептивните пазари в Азиатско-Тихоокеанския и в Американския регион и далеч по-малко на европейските пазари, вкл. българския.

– Конкуренцията на туристическия пазар в Югоизточна Европа се засилва. Освен традиционните ни конкуренти – Гърция, Турция, Кипър, Хърватия и Черна гора, навлизат нови

играчи, с по-малки традиции, но именно затова по-малко познати и по-атрактивни – Румъния, Сърбия, Албания, Грузия.

– Изтичащата 2019 г. според редица оценки е по-слаба за българския входящ международен туризъм. Регистрираният спад в броя на пристиганията през активния летен сезон трудно може да бъде компенсирани през есента и зимата. Има и финансов спад, не само заради фалита на мегаоператора „Томас Кук” и проблемите на неговите партньори у нас.

– Крайно време е за сериозна преоценка на посоката на развитие на българския входящ международен туризъм. Досегашният екстензивен подход, целящ количествен ръст на материалната база и броя на входящите туристи става все по-неефективен. Увеличаването на туристическия експорт на България трябва да става предимно по пътя на подобряване качеството и повишаването на цената на туристическия продукт.

Библиография

1. Левков, К. Външната търговия на България в края на XX и началото на XXI в. Основни тенденции и проблеми. Сп. „Ново знание”, бр. 3/2013, с. 37-42, ISSN 1314-5703.
2. Левков, К., Д. Павлова. Някои възможности за увеличаване на туристическия обмен между България и Украйна като част от двустранните икономически отношения. IV международна научна конференция „Украйна – България – Европейски съюз: съвременно състояние и перспективи”, том 1. Варна - Херсон, 2015, с. 127-131. ISBN 978-954-21-0603-6.
3. Левков, К. География на туризма. Авангард прима, София, 2015. ISBN 978-619-160-561-3.
4. Левков, К. Мястото на България в световния туризъм (опит за позициониране). Сп. Ново знание, бр. 1/2017, с. 151-162. ISSN 2367-4598.
5. Levkov, K., S. Timareva. An Attempt for tourism typology of the Countries. International Scientific Conference “Contemporary Tourism – Traditions and Innovations”, p. 35-45. St. Kliment Ohridski University Press, Sofia, 2017. ISBN 978-954-07-4327-1.
6. <http://www.tourism.government.bg> (сайт на Министерството на туризма).
7. <https://www.bnb.bg> (сайт на БНБ).
8. <http://www.nsi.bg> (сайт на НСИ).
9. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts2019chapter08_e.pdf (сайт на Световната търговска организация).
10. <http://www2.unwto.org> (сайт на Световната организация по туризъм).
11. <https://www.wttc.org> (сайт на Световния съвет за пътешествия и туризъм).