

TOURIST INFRASTRUCTURE

Krasimir Levkov, Ivanka Shopova

University of agribusiness and rural development, Plovdiv, Bulgaria

ТУРИСТИЧЕСКА ИНФРАСТРУКТУРА

Красимир Левков, Иванка Шопова

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

Туристическата инфраструктура е ключов фактор в туризма. От една страна изграждането на материалната база на туризма е свързано със значителни инвестиции (висока фондоемкост) и тяхната възвръщаемост се планира за дълъг период от време и с известен риск, който е в пряка зависимост от нарастването или намаляването на привлекателността на съответната туристическа дестинация. От друга – технологичните промени играят основна роля в развитието на специфичната за туризма инфраструктура, като най-силно влияние оказват на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения от етапа на тяхното създаване до формирането на услугите и преживявания, предлагани на туристите в тях.

В съвременната българска туристическа литература няма единство относно използваната терминология при характеризиране на материалната база на туризма. През последните години надделява стремежът за заместване на считания за остарял термин „материално-техническа база” с комбинацията от по-актуално звучащи и еднозначно възприемани термини „туристическа инфраструктура” и „туристическа суперструктура”. В същото време и в по-новите публикации у нас се приема, че инфраструктурата и суперструктурата са елементи именно на туристическата материална база: „материалната база на туризма включва туристическата инфраструктура и туристическата суперструктура”¹. Отбелязва се, че за нуждите на туризма се използва и част от общата инфраструктура².

Анализирайки редица мнения и определения, Василева и Сабриева обобщават, че както туристическата инфраструктура, така и туристическата суперструктура включват „разнообразни материални елементи,... необходими за създаване и реализиране на туристическия продукт, както и за създаване на подходящи условия за живот предимно на туристите”³. Според тях основното разграничение между елементите на инфраструктурата и на суперструктурата е, че първите са разположени на и под земята, а вторите – над земята.

Трябва обаче да отбележим, че всеки туристически обект притежава своя специфична материална база - комбинация от туристическа инфраструктура и суперструктура, функционираща като единно цяло. Тази особеност се проявява

¹ Василева, Сабриева, 2019, с. 15

² Пак там

³ Василева, Сабриева, 2019, с. 39, с. 49

особено силно при обектите на хотелиерството (места за настаняване) и ресторантьорството (заведения за хранене и развлечения).

Места за настаняване

Съгласно чл. 3, ал. 2, т. 1 от Закона за туризма местата за настаняване спадат към два класа:

а) клас А - хотели, мотели, апартаментни туристически комплекси, вилни селища, туристически селища и вили;

б) клас Б - семейни хотели, хостели, пансиони, почивни станции, къщи за гости, стаи за гости, апартаменти за гости, бунгала и къмпинги⁴.

Според чл. 3, ал. 2, т. 3 от същия закон към туристическите обекти се отнасят туристическите хижи, туристическите учебни центрове и туристическите спални⁵. Макар, че законът не ги квалифицира като места за настаняване, те също са елементи на туристическата настанителна база.

Категоризирането на местата за настаняване се урежда от текстовете на раздел II от Закона за туризма и се конкретизира от Наредбата за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения. Съгласно чл. 24, ал. 1 от нея удостоверението за определената категория на обекта е със срок 5 години⁶.

В изпълнение на изискването на чл. 165, ал.1 от Закона за туризма е създаден Национален туристически регистър⁷. Като част от него функционира *Регистър на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения*. В регистъра местата за настаняване се класифицират по следния начин:

- ✓ апартаментен туристически комплекс;
- ✓ апартамент за гости;
- ✓ бунгала;
- ✓ вила;
- ✓ вилно селище;
- ✓ мотел;
- ✓ къмпинг;
- ✓ пансион;
- ✓ почивна станция;
- ✓ къща за гости;
- ✓ семеен хотел;
- ✓ стаи за гости;
- ✓ хотел;
- ✓ хостел;
- ✓ туристическа хижа;
- ✓ туристически учебен център;
- ✓ туристическа спалня⁸.



МН

Регистър на местата за настаняване

Вход

В този раздел ще бъдат характеризирани местата за настаняване в общините Пловдив, Марица и Родопи, чийто административен и икономически

⁴ Закон за туризма, 2013

⁵ Пак там.

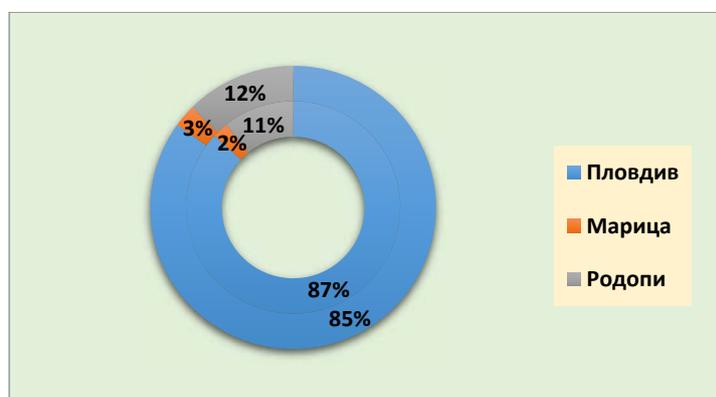
⁶ Наредба за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и за реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране на действието и прекратяване на категорията. ДВ, бр.65 от 25.08.2015 г.

⁷ Закон за туризма, 2013

⁸ Министерство на туризма. Регистър на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения

център е град Пловдив. Независимо от административната им обособеност и от факта, че попадат в обхвата на различни туристически райони (първата и втората – в Тракийския, а третата – в Родопския)⁹, от гледна точка на управлението на туризма трите общини могат да се разглеждат като единна територия (туристическа агломерация). Този подход позволява да се изясни по-добре взаимодействието между разнообразните туристически ресурси и изградената настанителна база като фактор за формирането на цялостен и устойчив туристически продукт на дестинация Пловдив.

Количествената и качествената структура на настанителната база в трите общини към края на 2019 г. включва 251 места за настаняване с валидна категоризация, регистрирани в националния туристически регистър. Общият им капацитет възлиза на 6179 легла. Териториалното им разпределение е представено на фиг. 1. В община Пловдив, която е типична градска община, са концентрирани 87% от местата за настаняване и 85% от легловата база. Значително по-малък е дялът на останалите две общини.



Фиг. 1. Разпределение на местата за настаняване (вътрешен сегмент) и броя легла (външен сегмент) в общините Пловдив, Марица и Родопи, 2019 г.

Различията в данните произтичат от факта, че туризмът е основен поминък за някои от общините на територията на област Пловдив. По отношение на заетите лица в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ спрямо общия брой на заетите лица през 2017 г. в процентно съотношение на първо място е община Хисаря /36,8%/, следвана от община Съединение /18,7%/ като граничеща с населени места с устойчиво развитие на туризма и община Пловдив на трето място с 6,3%.

По данни на Националния статистически институт броят на местата за настаняване в област Пловдив през периода 2016-2018 г. се е увеличил с 9,4 %, а реализираните нощувки – с 5,6 %. Тенденцията се запазва и през 2019г. и динамиката по отношение на хотелиерския бизнес се запазва. В рамките на последните две години само в град Пловдив има новооткрити или в процес на строеж над 5 нови хотела (Бутиковият хотел Residence City Garden; "Пълдин кооп"; Хотелът на Централна гара; модерен хотел с покрив градина до църквата „Света Петка“; и един от паметниците на тютюневата индустрия в града – фабриката на Мирдас и Ставридис в полите на Сахат тепе ще се превърне в хотел с изключителна гледка към Античния театър; хотел, прилежащ до бирария „Йегерхоф“), а за област Пловдив – над 15 места за настаняване.

⁹ Концепция за туристическо райониране на България. Министерство на туризма. София, 2015

Таблица 1. Заети лица в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ в област Пловдив по общини през 2017 година

| Област/Община | Заети лица ² в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ | Наети лица ² в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ | Заети лица в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ спрямо общия брой на заетите лица през 2017 г. /в %/ | Наети лица в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ спрямо общия брой на заетите лица през 2017 г. /в %/ |
|-----------------------|---|---|---|---|
| | Брой | | | |
| ОБЛАСТ ПЛОВДИВ | 12 395 | 10 548 | 5,9 | 5,9 |
| Асеновград | 858 | 637 | 6,5 | 6,1 |
| Брезово | 32 | 19 | 3,6 | 2,7 |
| Калояново | 72 | 57 | 4,5 | 4,3 |
| Карлово | 499 | 352 | 6,8 | 6,1 |
| Кричим | 13 | 7 | 1,1 | 0,7 |
| Куклен | 88 | 72 | 7,7 | 7,6 |
| Лъки | 30 | 18 | 3,4 | 2,2 |
| Марица | 179 | 109 | 1,4 | 0,9 |
| Перушица | 30 | 19 | 3,4 | 2,5 |
| Пловдив | 8 195 | 7 180 | 6,1 | 6,3 |
| Първомай | 115 | 71 | 2,2 | 1,6 |
| Раковски | 91 | 61 | 1,6 | 1,2 |
| Родопи | 304 | 227 | 4,6 | 4,1 |
| Садово | 54 | 33 | 2,7 | 2,0 |
| Сопот | 96 | 76 | 1,3 | 1,1 |
| Стамболийски | 103 | 64 | 3,4 | 2,5 |
| Съединение | 814 | 797 | 18,7 | 19,6 |
| Хисаря | 822 | 749 | 36,8 | 42,9 |

Таблица 2. Местата за настаняване в област Пловдив и общините, реализираните нощувки и приходите от нощувки през 2018 г. са както следва:

| Област/ Общини | Места за настаняване – бр. | Реализи- рани нощувки – бр. | Пренощували лица – бр. | | | Приходи от нощувки – лв. |
|-------------------|-------------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------|----------------|-----------------------------------|
| | | | Общо | Българи | Чужденци | |
| Пловдив | 212 | 1 069 414 | 529 946 | 396 136 | 133 810 | 50 958 677 |
| Асеновград | 21 | 35 646 | 16 890 | 15 069 | 1821 | 1 281 491 |
| Брезово | 2 | 3552 | 1253 | 1241 | 12 | 109 602 |
| Калояново | 2 | 12 868 | 7418 | 7063 | 355 | 631 210 |
| Карлово | 35 | 80 799 | 33 937 | 32 904 | 1033 | 2 350 689 |
| Кричим | 1 | 2488 | 2488 | 2488 | - | 36 328 |
| Куклен | 9 | 40 465 | 19 884 | 19 736 | 148 | 1 535 491 |
| Лъки | 4 | 2345 | 1358 | 1350 | 8 | 59 543 |
| Марица | 3 | 5873 | 2180 | 1824 | 356 | 195 860 |
| Перушица | 7 | 7683 | 4303 | 4081 | 222 | 247 156 |
| Пловдив | 76 | 499 426 | 278 401 | 162975 | 115426 | 28 222 304 |
| Първомай | 6 | 4105 | 1592 | 1297 | 295 | 141 804 |
| Раковски | - | - | - | - | - | - |
| Родопи | 13 | 51 308 | 30 279 | 26 533 | 3746 | 2 463 218 |
| Садово | 1 | 600 | 600 | 600 | - | 17 020 |
| Сопот | 6 | 8409 | 4909 | 4729 | 180 | 261 960 |
| Стамболийски | 2 | 809 | 260 | 260 | - | 23 171 |
| Съединение | - | - | - | - | - | - |
| Хисаря | 24 | 313 038 | 124 194 | 113986 | 10 208 | 13 381 830 |

Впечатление прави и фактът, че инвеститорите са се насочили към обекти от висок клас, които да предлагат лукс и да създават условия за бизнес командировки. В момента тече строителството на два големи комплекса, които ще предлагат и краткосрочно настаняване. Това са "Томов плаза" на мястото на

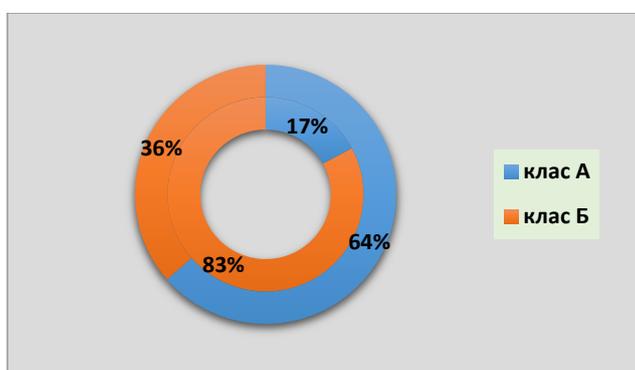
бившата Мебелна къща и "Платинум хоумс", разположен на 7 дка до остров Адата. Сградите ще разполагат и с административно-търговска част, но основната им функция е жилищна.

Съгласно класификацията на Закона за туризма към клас А се отнасят хотелите и мотелите. Общият брой на хотелите (без семейните хотели) в трите общини е 42. Според категорията им те се групират така:

- с 1 звезда – 3 хотела с общо 130 легла;
- с 2 звезди – 4 хотела с 280 легла;
- с 3 звезди – 18 хотела с 942 легла;
- с 4 звезди – 13 хотела с 2542 легла;
- с 5 звезди – 4 хотела със 112 легла.

Регистриран и функциониращ е и един мотел с категория 1 звезда с 25 легла – този в с. Костиево, община Марица.

Така общият брой на местата за настаняване от клас А в трите общини достига 43, а легловият им капацитет е 3931 легла. Това формира относителен дял от 17% от местата за настаняване и 64% от леглата (фиг. 2).



Фиг. 2. Разпределение на местата за настаняване по класове според броя (вътрешен сегмент) и капацитета (външен сегмент), 2019 г.

Най-голям дял в легловата база имат хотелите с 4 и 5 звезди. Техният общ леглови капацитет е 2654 легла – 43% от леглата във всички места за настаняване и над 2/3 от леглата в местата от клас А.

Върхът на пирамидата се заема от 4-те петзвездни хотела: хотел-резиденс „Хеброс“ и „Резидънс сити гардън“ в Пловдив, хотел-резиденс „Алхимик“ в Белащица и Винена резиденция „Тодорофф“ в Брестовица. И четирите имат ограничен капацитет (до 50 легла) и изпълняват основно функциите на бутикови хотели. Първите два са специализирани предимно в обслужването на туристи, практикуващи делови и събитиен туризъм, а вторите два се посещават главно от любители на винения туризъм.

Тринадесетте четиризвездни хотела със своите над 2500 легла имат основен принос за задоволяването на платежоспособното туристическо търсене. От тях 12 са в град Пловдив и 1 – в село Марково.

Значителен е капацитетът (близо 1000 легла) и на 18-те тризвездни хотела, които осигуряват оптималното съотношение цена – качество за гостите на Пловдив.

Хотелите с 1 и 2 звезди имат по-малък капацитет (около 400 легла). Основната част от тях също са в Пловдив.

Останалите 209 места за настаняване в трите общини спадат към клас Б. Те формират 83% от общия брой на местата за настаняване, но само 36% от

легловия фонд. С най-голям капацитет между тях са 29-те семейни хотела – общо 745 легла. Разпределението им по категории е както следва:

- с 1 звезда – 5 хотела с общо 142 легла;
- с 2 звезди – 6 хотела със 111 легла;
- с 3 звезди – 18 хотела с 492 легла;

Разпределението на семейните хотели по общини е следното: Пловдив – 24, Марица – 3, Родопи – 2.

Може да се обобщи, че преобладават градските семейни хотели с три звезди.



Хотел-резиденс „Хеброс“



Хотел-резиденс „Алхимик“



Резиденс сити гардън



Винена резиденция „Тодорофф“



Парк и спа хотел „Марково“

Най-многочислените места за настаняване от група Б са апартаментите за гости (71, изцяло в гр. Пловдив) и стаите за гости (73, в т.ч. 69 в Пловдив и 4 в община Родопи). Те формират 57% от местата за настаняване, но имат само 776 легла, което представлява едва 13% от легловия фонд. Разпределението им по категории е следното:

- с 1 звезда – 86 места с общо 504 легла;

- с 2 звезди – 42 места със 163 легла;
- с 3 звезди – 16 места със 109 легла.

Къщите за гости са общо 25 с 311 легла. Формират само 1% от местата за настаняване и 2% от легловия фонд. Разпределението им по категории е следното:

- с 1 звезда – 12 къщи с общо 114 легла;
- с 2 звезди – 5 къщи с 62 легла;
- с 3 звезди – 8 къщи със 135 легла.

От 25-те къщи за гости 15 са в община Пловдив, 9 в община Родопи и само 1 – в община Марица.



Къща за гости „Евмолпия”

Пансионите са 4, с общ капацитет 116 легла. Предназначени са за посетители, осъществяващи по-дълготраен престой в обекти с ниски цени и категория (1 или 2 звезди). Един от тях е в Пловдив, а останалите три – в селата Брестник, Белащица и Крумово, община Родопи.

С най-малък брой и капацитет са местата за настаняване, регистрирани като хостели - 1 с 25 легла, бунгала – 2 с 13 легла, туристически хижи – 1 с 45 легла и туристически учебни центрове – 1 с 48 легла. Те изпълняват специфични функции и също спадат към обектите с ниска категория.

Таблица 3. Места за настаняване в общините Пловдив, Марица и Родопи с валидна категоризация и регистрация към края на 2019 г.

| Община | Населено място | Вид | Категория (брой звезди) | Брой | Капацитет (легла) |
|---------|----------------|---------------------|-------------------------|------|-------------------|
| Пловдив | Пловдив | Апартамент за гости | 1 | 30 | 138 |
| | | Апартамент за гости | 2 | 31 | 103 |
| | | Апартамент за гости | 3 | 10 | 60 |
| | | Пансион | 1 | 1 | 25 |
| | | Къща за гости | 1 | 4 | 48 |
| | | Къща за гости | 2 | 3 | 44 |
| | | Къща за гости | 3 | 8 | 135 |
| | | Семеен хотел | 1 | 2 | 26 |
| | | Семеен хотел | 2 | 4 | 61 |
| | | Семеен хотел | 3 | 18 | 492 |
| | | Стаи за гости | 1 | 55 | 358 |
| | | Стаи за гости | 2 | 8 | 45 |
| | | Стаи за гости | 3 | 6 | 49 |
| | | Хотели | 1 | 3 | 130 |

| | | | | | |
|---------------------|-------------|--------------------|---|------------|-------------|
| | | Хотели | 2 | 3 | 230 |
| | | Хотели | 3 | 17 | 887 |
| | | Хотели | 4 | 12 | 2322 |
| | | Хотели | 5 | 2 | 69 |
| | | Хостел | 1 | 1 | 25 |
| | | Общо | | 218 | 5247 |
| Марица | Костиево | Семеен хотел | 1 | 1 | 16 |
| | Труд | Семеен хотел | 2 | 1 | 16 |
| | Костиево | Мотел | 1 | 1 | 25 |
| | Войводиново | Семеен хотел | 2 | 1 | 34 |
| | Скуtare | Къща за гости | 1 | 1 | 8 |
| | Царацово | Хотел | 2 | 1 | 60 |
| | | Общо | | 6 | 159 |
| Родопи | Дедово | Бунгало | 1 | 1 | 5 |
| | Брестник | Бунгало | 2 | 1 | 8 |
| | Брестник | Пансион | 2 | 1 | 34 |
| | Белащица | Пансион | 2 | 1 | 8 |
| | Крумово | Пансион | 1 | 1 | 39 |
| | Устина | Къща за гости | 1 | 1 | 6 |
| | Брестовица | Къща за гости | 1 | 1 | 4 |
| | Брестник | Къща за гости | 1 | 2 | 23 |
| | Брестник | Къща за гости | 2 | 1 | 8 |
| | Бойково | Къща за гости | 1 | 1 | 11 |
| | Белащица | Къща за гости | 1 | 1 | 6 |
| | Белащица | Къща за гости | 2 | 1 | 10 |
| | Дедово | Къща за гости | 1 | 1 | 8 |
| | Брестник | Семеен хотел | 1 | 1 | 20 |
| | Дедово | Семеен хотел | 1 | 1 | 80 |
| | Брестник | Стаи за гости | 1 | 1 | 8 |
| | Храбрино | Стаи за гости | 2 | 1 | 16 |
| | Първенец | Стаи за гости | 2 | 2 | 15 |
| | Скобелево | Хотел | 2 | 1 | 50 |
| | Браниполе | Хотел | 3 | 1 | 58 |
| | Марково | Хотел * | 4 | 1 | 220 |
| | Белащица | Хотел-резиденс ** | 5 | 1 | 18 |
| | Брестовица | Хотел *** | 5 | 1 | 25 |
| | Храбрино | Туристическа хижа | 2 | 1 | 45 |
| | Марково | Турист. уч. център | 2 | 1 | 48 |
| | | Общо | | 27 | 773 |
| Трите общини | | | | 251 | 6179 |

* Парк и спа хотел „Марково”

** Резиденция „Алхимик”

*** Винена резиденция „Тодорофф

Не може да се отрече, че община Пловдив води последователна политика за развитие на туризма пред последното десетилетие. Налице са актуализирани стратегии за развитието на туризма на общинско и областно нива. Стратегията за интегриран и устойчив туризъм на област Пловдив е изготвена на основание чл. 10, т. 1 от Закона за туризма и има за цел да постави на основата на стратегическото планиране за периода 2019–2025 г. устойчивото развитие на интегриран туризъм в област Пловдив, базирано на емпиричния подход, обединяващ икономическите, социалните и екологичните условия и влияния, с изграждане на средносрочна перспектива за изпълнението ѝ. Действащата към настоящия момент “Стратегия и план за

устойчивото развитие на туризма в Община Пловдив за периода 2014 – 2020 година” е документ, чието основно предназначение е да даде стратегическа рамка и насоки за постигането на растеж на конкурентоспособността на града като туристическа дестинация и като център на Тракийски туристически район. Стратегията коментира развитието на туристическата инфраструктура в града, при която се наблюдава увеличение на броя на местата за настаняване. За периода 2002-2012 г. броят на хотелите се е увеличил с 203,7%, но към края на посочения период се вижда, че има известен спад в легловата база (намаление със 30,3%). Тези различни темпове на растеж се дължат на обстоятелството, че се предпочитат по-малки хотели, но предлагащи по-добро качество на материалната си база. Има още три причини, обясняващи този факт: трудността да се правят големи капиталовложения, желанието да се минимизира риска чрез търсене на една по-голяма натовареност (заетост) на леглата и стремежа за уголемяване площта на стая. Последното е световна тенденция, особено при реновиране на хотели, строени през 60-те и 70-те години на 20-ти век. Последните години обаче опровергават тази тенденция и в града се наблюдават проекти на хотели с относително голям капацитет. През 2015г. международната верига „Холидей Ин“ стъпи в Пловдив, като това е втори хотел на територията на страната след десет години присъствие на българския пазар. Хотелът се намира на входа за центъра на Пловдив в близост до изложбените площи на Пловдивския панаир. А до края на 2020 г. ще отворят още три хотела с капацитет над 100 легла.

Трайната тенденция на икономически растеж в Пловдив и региона заедно с ключовото разположение на града и неговите природни и исторически дадености дадоха резултат във възходящото развитие на хотелиерския бранш в града. През 2019г. друга международна верига отвори хотел в Пловдив. Best Western Hotels & Resorts е най-голямата верига хотели в света с над 70-годишна история и безупречна репутация в повече от 100 страни и 5 континента. Портфолиото на компанията включва 13 различни дъщерни марки, предлагащи различна концепция и преживяване. Новият Best Western Premier Plovdiv Hills е най-високият клас, който марката предлага. С капацитет от 50 стаи и апартаменти за гости, хотелът предлага широка гама от възможности. Хотелът е подходящ както за бизнес, така и за туристически пътувания. Хотелът е разположен само на 750 метра от Международния панаир и на по-малко от 2 км от централната градска част. Осигурявайки на гостите на града качествено настаняване и високи международни стандарти на обслужване, Best Western Premier Plovdiv Hills е чудесен актив за Пловдив, който допринася за изграждане на бизнес имиджа на града.

Таблица 4 дава информация за средната цена на нощувка в местата за настаняване групирани по признака „категория“. При високотекстурните хотели настаняването на госта в петзвезден хотел варира от 234 лв. до 115 лв. за нощувка в двойна стая. При 4-звездните хотели диапазона при същия тип настаняване е от 151 лв. до 80 лв. При тризвездните хотели : 133 лв. – 49 лв., и 1-2 звезди хотелите: 80 лв. – 28 лв. Проучването обхваща 71 хотела на територията на град Пловдив. По-голямата част от леглата са разпределени в хотелите с три, четири и пет звезди.

Таблица 4. Средните цени на хотелите в Пловдив по категории към декември 2019 г.

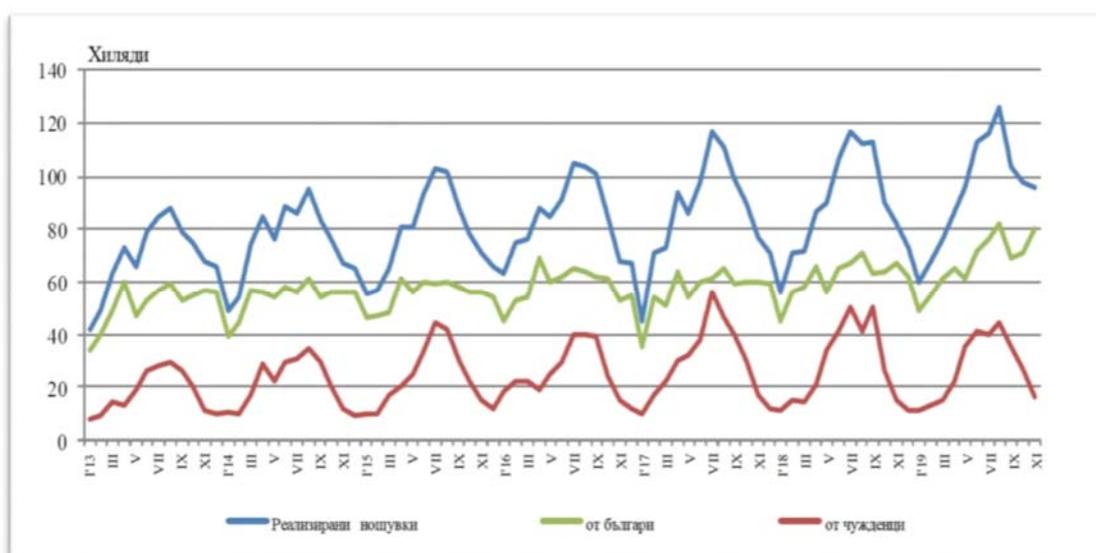
| Категория | Средна цена за 1 нощувка (в лв.) |
|------------------|----------------------------------|
| Категория * и ** | 51 лв. |
| Категория *** | 80 лв. |
| Категория **** | 114 лв. |
| Категория ***** | 165 лв. |
| Общо: | 102 лв. |

Източник: лично проучване

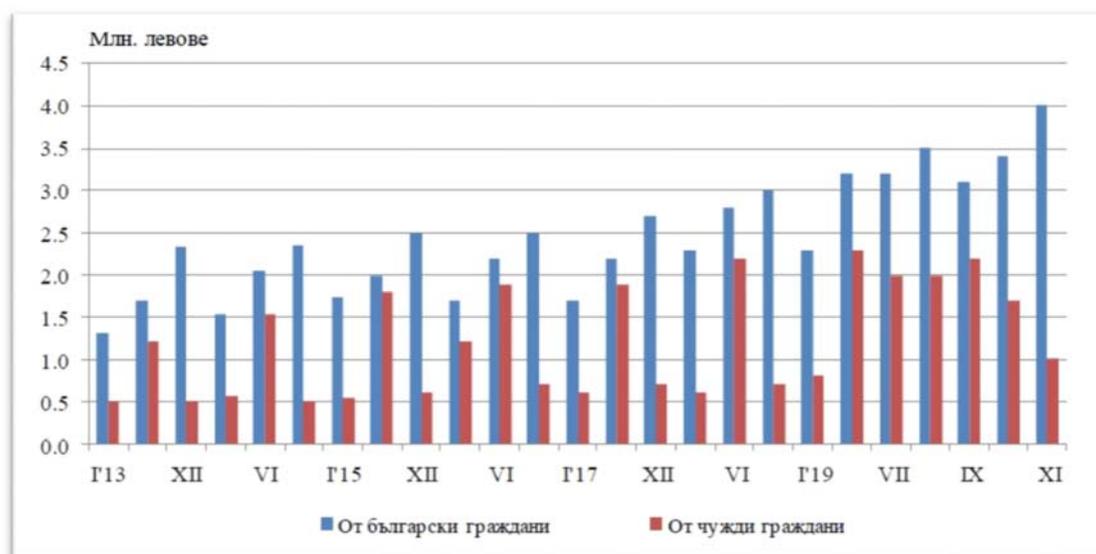
През ноември 2019 г. Общият брой на нощувките във всички места за настаняване в област Пловдив възлиза на 96.1 хил., или с 16.6% повече в сравнение със същия месец на предходната година, като 80.5 хил. от тях са реализирани от български граждани, а 15.6 хил. - от чужденци.

В хотелите с 4 и 5 звезди са реализирани 59.1% от общия брой нощувки на чужди граждани, докато от български те са 43.5%. В местата за настаняване с 3 звезди са осъществени 33.5% от нощувките на чужденци и 33.8% на български граждани, докато в останалите места за настаняване (с 1 и 2 звезди) тези дялове са съответно 7.4 и 22.7%.

Средният брой реализирани нощувки от чужденците във всички места за настаняване в областта през ноември 2019 г. е 1.9. Най-много чужденци, посетили област Пловдив, са граждани на Турция - 17.5%, Гърция - 16.0%, Германия - 7.4%, Италия - 6.9 и Румъния - 4.2% от всички пренощуващите лица в местата за настаняване през ноември 2019 г. се увеличават с 20.3% (53.0 хиляди) спрямо ноември 2018 година. Относителният дял на българите е 84.8% от всички пренощуващи лица, като по-голямата част от тях (80.1%) са нощували в хотели с 3 или 4 и 5 звезди и са реализирали средно 1.7 нощувки. Пренощуващите чужденци са 8.0 хил., като 62.7% от тях са нощували в хотели с 4 и 5 звезди и са реализирани средно 1.8 броя нощувки.

**Фиг. 3.** Реализирани нощувки в местата за настаняване в област Пловдив по месеци (НСИ)

Приходите от нощувки в област Пловдив през ноември 2019 г. достигат 5.0 млн. лв., като от български граждани те са 4.0 млн., а от чужди - 1.0 млн. лева. В сравнение с ноември 2018 г. е регистрирано увеличение на приходите от нощувки като цяло с 22.1%, като от български граждани то е с 26.4%, а от чужди граждани - със 7.2%. ощували чужденци в областта.



Фиг. 4. Приходи от нощувки в местата за настаняване в област Пловдив по месеци (НСИ)

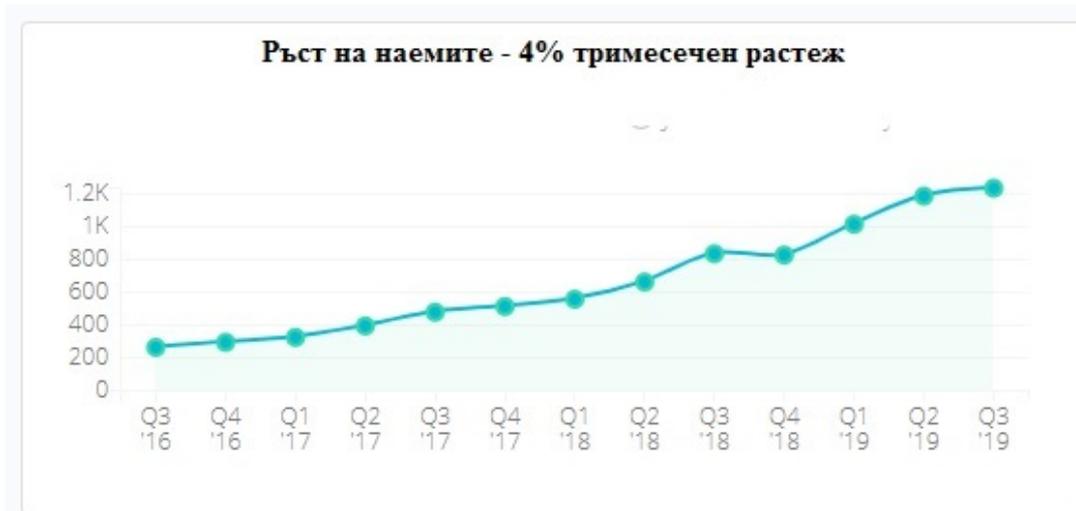
В местата за настаняване тип хотели и хостели нощуват само около 1/3, следователно в местата с над 10 легла, обхванати от статистиката на НСИ делът е още по-малък. В този смисъл следва да се отбележи, че данните за посетители и нощувки от НСИ представляват не повече от 1/3 от всичките реализирани такива. Настаняването в частни домове (апартаменти, стаи, къщи) чрез интернет платформи за настаняване се предпочита от около 1/3 от посетителите, като сред по-младите този дял нараства, както и настаняване при приятели и роднини – над 1/5 (21%). Както по реализирани нощувки, така по брой на туристите, хотелите в Пловдив показват стойност под средната за страната. Това е защото по-високият брой туристи е съсредоточен в морския и планински туризъм, както и в столицата. От друга страна, сезонността в Пловдив е много по-ниска от тази в страната. Това се дължи най-вече на българските туристи, за които сезонността е най-ниска, както и на основните видове туризъм, които нямат сезонност – бизнес, културен, конгресен/ събитиен, гурме & винен и уикендов.

В Годишната програма за развитие на туризма през 2019 година се отчита, че все повече гости предпочитат да отседат в семейни хотели, хостели и частни квартири, резервирани онлайн. Недостигът на места и увеличения приток на туристи води до т. нар. "незабележимия сегмент" - имотите, които се отдават под наем през електронни платформи като Airbnb и Booking. Малка част от тези места са категоризирани и попадат в официалната статистика, но болшенството от тях не са.

Според платформата AirDNA, която сравнява данните за пазара на Airbnb пространства, в Пловдив има активни 964 места, отдавани от 650 домакини,

които се дават под наем през платформата. За сравнение през 2014 г. те са едва 65. Отбелязва се 94% годишен ръст на наемите. Предлагането е както следва: най-много се предлагат едностайни и двустайни апартаменти – общо 802 (83%), следват стаи под наем – 156 (16%) и споделени стаи – 6 (1%). Средната доходност, която може да се очаква от апартамент, според платформата е между €301 на месец през януари и €454 през месец септември. Заетостта на апартаментите се колебае между 57% през най-активния септември до 35% през слабия януари. Средната дневна ставка за престой е €35. Най-висок е делът на студиата (11%), едностайни апартамент (48%), двустайни (31%), тристайни (6%), с повече от 4 стаи (3%).

Пазарът на отдаването на имоти под наем бележи устойчив ръст в рамките на разглеждания тригодишен период. Фиг. 2 показва как от 296 имота през 2016г., 2017 те са вече 515, 2018 г. – съответно 829, и към септември, 2019 г. – 1,237 имота, регистрирани Airbnb и HomeAway.



Фиг. 5. Ръст на наемите (по данни на <https://www.airdna.co/>)

Впечатление прави високата средна оценка за престоя в тези имоти, която е микс от оценка за качество, себестойност, местоположение, комуникация, чистота и услуга по настаняване, като 92% са дали обща оценка 4,5 от максимална 5. От всички имоти 41% имат целогодишна заетост. Висок процент (92%) имат гъвкавата политика по отношение на отказ от резервация.

В платформата Booking има регистрирани 505 места за настаняване, от които 229 некатегоризирани. В микса от некатегоризирани обекти преобладават апартаментите, къщи за гости и хостели.

Заведения за хранене и развлечения

"Ресторантьорство" е предоставянето на туристически услуги при специфични форми на обслужване съобразно вида на туристическия обект.

"Ресторантьор" е лице, което извършва ресторантьорство във всички видове категоризирани по закона заведения за хранене и развлечения (самостоятелни и прилежащи към места за настаняване) и заведения за хранене, прилежащи към туристически хижи.

Според чл. 3, ал. 2, т. 2 от Закона за туризма туристически обекти са заведенията за хранене и развлечения (самостоятелни и прилежащи към места

за настаняване) - ресторанти, заведения за бързо обслужване, питейни заведения, кафесладкарници и барове.

Съгласно чл. 111 ал. 1 и ал. 2 от същия закон ресторантьорство на територията на Република България се извършва само в категоризирани по този закон туристически обекти. Категоризацията се извършва от министъра на туризма и от кметовете на общини или от оправомощени от тях длъжностни лица - за видовете обекти и категории, посочени в този закон.

Категоризирането на местата за настаняване се урежда от текстовете на раздел II от Закона за туризма и се конкретизира от Наредбата за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения. Съгласно чл. 24, ал. 1 от нея удостоверението за определената категория на обекта е със срок 5 години с изключение на удостоверението за обектите, разположени върху понтон, чийто срок съответства на срока на действие на разрешителното им¹⁰.

Според глава втора, раздел първи от тази наредба, чл. 5 дефинира типовете заведения за хранене и развлечения (самостоятелни и прилежащи към места за настаняване), а именно:

1. ресторанти;
2. заведения за бързо обслужване;
3. питейни заведения;
4. кафе-сладкарници;
5. барове.

Ресторантите се разделят в следните групи, спрямо тяхната специфика:

1. класически ресторант: предлага широко разнообразие от пригответени на място многокомпонентни кулинарни изделия и специалитети, сладкарски изделия, десерти, хляб, хлебни и тестени изделия, топли напитки, сокове, готови за консумация безалкохолни и алкохолни напитки и създава условия за хранене и развлечения;

2. специализиран ресторант:

а) за риба, птици, дивеч или друго: предлага асортимент, базиран на даден основен продукт - риба, рибни продукти и други морски продукти; птиче месо; дивечово месо или друго;

б) за барбекю, грил или скара: предлага асортимент, базиран на печени меса на скара или на плоча;

в) ресторант с национална кухня:

• аа) ресторант с българска кухня: предлага предимно българска национална и регионална кухня и напитки - механа, гостилница, битова къща, ханче и др.;

• бб) ресторант с чуждестранна кухня: предлага френска, италианска, китайска, японска и друга кухня; асортиментът се базира на съответните национални кухни и напитки;

г) ресторант-пицария: предлага кухненска продукция и разнообразен асортимент от различни видове хлебни и тестени изделия - пици, спагети, лазаня, макарони; салати, сосове, кухненски десерти, малотрайни и трайни сладкарски изделия, приготвяни на място, и др., както и приготвя за консумация

¹⁰ Наредба за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и за реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране на действието и прекратяване на категорията. ДВ, бр.65 от 25.08.2015 г.

алкохолни и безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, пиво и вина;

д) атракционно-тематичен ресторант: предлага подходящ асортимент от ястия, напитки и/или артистично-музикална програма, с характерен архитектурен вътрешен и външен облик (шатри, кошари, колиби, фрегати и др.).

Видове заведения за бързо обслужване:

- *снекбар*: предлага асортимент от ястия и специалитети, приготвени на скара или плоча, аламинутни, салати, супи; готови трайни и малотрайни сладкарски изделия, сладолед; топли напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки и пиво; кухненската продукция се приготвя пред клиента и се предлага от барплот;

- *бистро*: предлага ограничена кухненска продукция от готови за консумация храни в консервиран, замразен, концентриран или изсушен вид; липсва процесът на подготовка на храната в обекта; картменюто включва топли напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки и пиво;

- *фастфуд*: предлага сандвичи с колбаси, сирена, комбинирани, сандвичи, комбинирани с пресни зеленчуци, хамбургери, пържени картофи, скара от месни полуфабрикати, сосове, салати, готови тестени изделия, сладкарски изделия, захарни и шоколадови изделия, сладолед, топли напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, готови за консумация безалкохолни напитки и пиво;

- *закусвалня*: предлага разнообразен асортимент, посочен в някоя от изброените групи:

- супи, салати, чорби и ястия от субпродукти;

- аламинутни, приготвени на скара - кюфтета, кебапчета, карначета, шишчета и др., салати; картменюто включва топли напитки, млечни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, готови за консумация безалкохолни напитки, пиво и ограничен набор от алкохолни напитки.

Видове питейни заведения:

- *кафе-аперитив*: предлага богат асортимент от готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води; ограничен асортимент кулинарна продукция - салати, студени мезета, пържени картофи, месни полуфабрикати на скара, сандвичи, хамбургери, захарни и шоколадови изделия, ядкови плодове, сладолед;

- *винарна*: предлага богат асортимент от преобладаващо наливни и бутилирани вина, готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, подходяща кухненска продукция и мезета; може да има условия за дегустация;

- *пивница (кръчма)*: предлага разливни и бутилирани алкохолни и безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, топли напитки, салати, студени мезета, ядки, захарни и шоколадови изделия;

- *бирария*: предлага разнообразен асортимент от наливно и бутилирано пиво, салати, студени мезета, пържени картофи, месни полуфабрикати на скара, топли напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, готови за консумация безалкохолни и алкохолни напитки.

Видове кафе-сладкарници:

- *кафе-сладкарница*: предлага малотрайни и трайни сладкарски изделия, захарни и шоколадови изделия, сандвичи, хамбургери, тестени

закуски, сладолед, топли напитки, коктейли, натурални минерални, изворни и трапезни води, пиво, готови за консумация безалкохолни и алкохолни напитки;

- *сладкарница*: предлага малотрайни и трайни сладкарски изделия, захарни и шоколадови изделия, тестени закуски, сандвичи, сладолед, топли напитки, млечни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води и готови за консумация безалкохолни напитки;

- *сладоледен салон*: предлага преобладаващ асортимент от разнообразни сладоледи на млечна, фруктова, сметанова и друга основа, сладоледени специалитети, сладоледени торти, пасти, шейкове, айскафе и др.;

- *кафене*: предлага топли напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, малотрайни и трайни сладкарски изделия, захарни и шоколадови изделия, тестени закуски, ядкови плодове;

- *кафе-клуб*: предлага топли напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, готови за консумация безалкохолни и алкохолни напитки, захарни и шоколадови изделия, ядкови плодове за клиенти с определени интереси (интернет, изкуство, игри и др.);

- *кафетерия*: предлага разнообразни топли напитки, готови за консумация безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, закуски, тестени, захарни и шоколадови изделия;

- *чайна*: предлага топли тонизиращи и слабоалкохолни напитки (чай, билкови отвари, кафе, горещ шоколад, какао, грог, пунш, греяни вина и др.) и закуски.

Видове барове:

- *коктейл бар*: предлага богат асортимент предимно от готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки и коктейли, натурални минерални, изворни и трапезни води, ядкови плодове, сладкарска продукция и захарни изделия;

- *кафе-бар*: предлага различни видове кафе, готови за консумация безалкохолни и алкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, плодове и др.;

- *бар* - конгресен център: предлага асортимент, предназначен за обслужване на конгресни прояви;

- *бар-спортен център* (-басейн, -тенис, -фитнес, -боулинг и др.): предлага тонизиращи напитки, сокове, нектари, безалкохолни коктейли и напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води и др.;

- *бар-фойе (лоби бар)*: предлага готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, коктейли, закуски, десерти, ядкови плодове и др.; разположен в непосредствена близост до фойето на места за настаняване;

- *дискотека*: предлага готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, коктейли, ядкови плодове, топли напитки, сандвичи и хамбургери, захарни и шоколадови изделия; заведение предимно за танцуване с дансинг и плотове в търговската зала и ограничен брой места за сядане;

- *бар-клуб*: предлага готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, кухненска и сладкарска продукция и др.; заведение с музикално-артистична програма за клиенти с определени интереси;

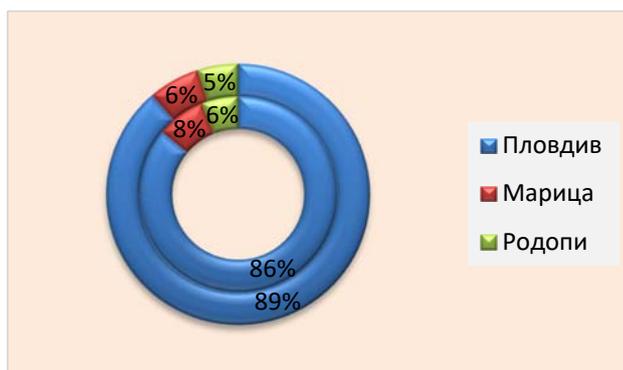
- *пиано-бар*: предлага готови за консумация алкохолни и безалкохолни напитки, натурални минерални, изворни и трапезни води, коктейли, топли напитки, ядкови плодове, захарни и шоколадови изделия; заведение с тихо музициране;
- *бар-казино*: заведение с барово обслужване в казино зала;
- *бар-варiete*: луксозно заведение с барово обслужване и с музикално-артистична програма;
- *нощен бар*: заведение с барово обслужване и с нощен режим на работа.

В изпълнение на изискването на чл. 165, ал.1 от Закона за туризма е създаден Национален туристически регистър. Като част от него функционира *Регистър на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения*. В регистъра заведенията за хранене и развлечения се класифицират по следния начин:

- ✓ барове;
- ✓ заведения за бързо хранене;
- ✓ кафе-сладкарници;
- ✓ питейни заведения;
- ✓ ресторанти;
- ✓ туристическа столова;
- ✓ туристически бюфет;
- ✓ туристическа столова със сервиторско обслужване.



Таблица 5 представя количествената и качествената структура на настанителната база в трите общини. Към края на 2019 г. тя включва 897 заведения за хранене и развлечения с валидна категоризация, регистрирани в националния туристически регистър. Общият им капацитет възлиза на 67 137 места. Териториалното им разпределение е представено на фиг. 6. В община Пловдив, която е типична градска община, са концентрирани 88,7% от заведенията за хранене и 86% от общия им капацитет. Значително по-малък е делът на останалите две общини.



Фиг. 6. Разпределение на заведенията за хранене и развлечения (вътрешен сегмент) и техния капацитет (външен сегмент) в общините Пловдив, Марица и Родопи, 2019 г.

Стратегията за развитие на туризма в община Пловдив дава информация, че към края на 2012г. на територията на града функционират общо 1724 заведения за обществено хранене. За сравнение с настоящия момент, когато тяхната бройка възлиза на 59 526.

Максималният капацитет на заведенията в Пловдив е до над 300 лица. Към 2012 година в града има едва 9 заведения с такава вместимост. Най-голям е броят на заведенията с до 150 места.

Към 2019 1 заведение има капацитет от 800 места (р-т „Ноте ди вино“), 1 заведение с 600 места (р-т „Южен полъх“), 3 заведения с 500 места (р-т „Орфей“, р-т „Рафи бар и джелато“, бар „Сикретс“), 1 заведение с 400 места (р-т „При Румен“), 18 заведения са с капацитет от 300 места, 17 заведения – от 200 до 290 места, 10 заведения – от 158 до 183 места и 80 заведения със 150 места.

Таблица 6 показва разходите за крайно потребление на туристи, нерезиденти в страната, по продукти и категория туристи през 2017 година. Като делът на услугите, свързани със сервиране на храна и напитки, остава висок от общия дял на продукти за крайно потребление от туристи.

Таблица 5. Заведения за хранене и развлечения в общините Пловдив, Марица и Родопи с валидна категоризация и регистрация към края на 2019 г.

| Община | Населено място | Вид | Категория (брой звезди) | Брой | Капацитет (места) |
|--|--|----------------------------|-------------------------|------------|-------------------|
| Пловдив | Пловдив | Барове | 1 | 45 | 3590 |
| | | | 2 | 17 | 2711 |
| | | | 3 | 9 | 486 |
| | | | 4 | 4 | 147 |
| | | | 5 | 1 | 96 |
| | | Заведение за бързо хранене | 1 | 169 | 9538 |
| | | | 2 | 5 | 424 |
| | | Кафе-сладкарници | 1 | 143 | 6235 |
| | | | 2 | 16 | 909 |
| | | Питейни заведения | 1 | 156 | 9489 |
| | | | 2 | 10 | 1370 |
| | | Ресторанти | 1 | 137 | 15260 |
| | | | 2 | 48 | 7695 |
| | | | 3 | 8 | 760 |
| | | | 4 | 3 | 530 |
| | | | 5 | 2 | 146 |
| Туристическа столова със сервитьорско обслужване | - | 1 | 140 | | |
| Общо | | | | 774 | 59526 |
| Марица | Костиево Труд Костиево Войводиново Скуtare Царацово | Барове | 1 | 2 | 198 |
| | | | 2 | 10 | 577 |
| | | Заведение за бързо хранене | 1 | 1 | 50 |
| | | | - | 1 | 50 |
| | | Кафе-сладкарници | 1 | 12 | 354 |
| | | | 2 | 1 | 16 |
| | | Питейни заведения | - | 1 | 20 |
| | | | 1 | 24 | 780 |
| | | Ресторанти | - | 4 | 435 |
| | | | 1 | 6 | 333 |
| 2 | 9 | | 1429 | | |
| Общо | | | | 71 | 4242 |
| Родопи | Дедово Брестник Брестник Белацица | Барове | 3 | 2 | 100 |
| | | | 5 | 2 | 45 |
| | | Заведение за бързо хранене | 1 | 6 | 226 |
| | | | 3 | 1 | 30 |

| Община | Населено място | Вид | Категория (брой звезди) | Брой | Капацитет (места) |
|---------------------|----------------|----------------------|-------------------------|------------|-------------------|
| | Крумово | Кафе-сладкарници | 1 | 7 | 211 |
| | Устина | | 1 | 11 | 404 |
| | Брестовица | Питейни заведения | 2 | 3 | 245 |
| | Брестник | | 1 | 7 | 720 |
| | Брестник | Ресторанти | 2 | 7 | 675 |
| | Бойково | | 3 | 2 | 440 |
| | Белащица | | 5 | 2 | 180 |
| | Белащица | | | | |
| | Дедово | Туристическа столова | 2 | 2 | 93 |
| | Брестник | | | | |
| | Дедово | | | | |
| | Брестник | | | | |
| | Храбрино | | | | |
| | Първенец | | | | |
| | Скобелево | | | | |
| | Браниполе | | | | |
| | Марково | | | | |
| | Белащица | | | | |
| | Брестовица | | | | |
| | Храбрино | | | | |
| | Марково | | | | |
| Общо | | | | 52 | 3369 |
| Трите общини | | Общо | | 897 | 67137 |

Таблица 6. Разходи за крайно потребление на туристи, нерезиденти в страната, по продукти и категория туристи през 2017 година

(Милиони левове)

| Продукти | Разходи за крайно потребление на туристи, нерезиденти в страната | | |
|--|--|-----------------|-----------------|
| | еднодневни туристи | туристи | общо |
| Общо продукти за крайно потребление от туристи | 1 355.19 | 6 624.46 | 7 979.65 |
| Продукти за крайно потребление, характерни за туризма | 696.98 | 5 143.19 | 5 840.17 |
| Услуги по настаняване на туристи | x | 1 653.64 | 1 653.64 |
| Услуги, свързани със сервиране на храна и напитки | 131.74 | 2 057.89 | 2 189.63 |
| Услуги, свързани с транспорт | 380.51 | 549.96 | 930.47 |
| Услуги, свързани с туроператори и туристически агенции | 11.79 | 102.55 | 114.34 |
| Услуги, свързани с културни мероприятия | 111.49 | 555.88 | 667.37 |
| Услуги, свързани със спорт и възстановяване | 61.45 | 223.27 | 284.72 |
| Други продукти за крайно потребление | 658.21 | 1 481.27 | 2 139.48 |

Източник: НСИ

Статистиката показва богато разнообразие на заведенията за хранене и развлечения в Пловдив. Профилът на ресторантите в града, особено на актуалните такива, се променя заедно с профила на активния потребител, било

то местен или турист. Наблюдава се тенденция на изместване на класическите ресторанти, които предлагат традиционна българска кухня, от заведения, които избират гурме кухнята за свой отличителен знак. Вкусът на клиента се е променил доста в сравнение от преди десетина години, когато господстваше мешената скара и кебапчето. Много по-отворен е към нови и екзотични вкусове, което отваря нова пазарна ниша за ресторантьорите. Промяна се наблюдава и в дизайна на менютата на ресторантите. Новите, в повечето случаи централно разположени, ресторанти залагат на кратки и сезонно съобразени менюта, което се харесва на клиентите. Дългите менюта, които обикновено са пълни с полуфабрикати и продукти от фризера, остават запазена марка на кварталните заведения.

Нарастването на броя на заведенията за хранене и развлечения създаде полезна конкурентна среда, която също донесе промени в бранша. Най-многобройни все още остават класическите ресторанти, но и при тях се забелязват промени по отношение на интериора в търговските зали, качеството на обслужване и избора на ястия в менюто им. Ресторанти като „Хеброс“, „Одеон“ и „Филипополис“ са се превърнали с знакови за Пловдив.



Ресторант „Хеброс“ се намира в едноименния хотел в подножието на Стария град, във възрожденска къща- паметник на културата. „Хеброс“ е ярката емблема на движението Slow Food не само в Пловдив, но и в цяла България. Именно тук, през ноември 2004г. е учреден и първият в страната клуб за Бавно Хранене “Old Town Plovdiv”, клон на международното движение. Ресторантът се отличава с висока класа, изключителна кулинария и някои детайли, които ще задоволят и най-претенциозните. Ако посетите ресторанта, ще се храните със сребърни прибори, а основното ви ястие ще бъде сервирано под сребърен похлупак.

В „Хеброс“ можете да опитате апетитни предложения от българската и международна кухня, приготвени със сезонни продукти. Сред фаворитите в менюто са традиционен миш-маш, яхнията от зелен фасул, пълнените люти чушки със сирене и пармезан, жабешките бутчета и охлювите с див ориз, гъшият дроб и, разбира се, телешкото бон филе с гъби и маринован чесън, както и патешкото магре. В „Хеброс“ често се провеждат дегустации на вина, придружени със специалитети на заведението. Менюто е кратко, но се мени често и сезонно. Заведението получава и отличието „Ресторант на годината“ в България за 2003-та година¹¹.

¹¹ <https://lostinplovdiv.com/bg/>



Ресторант „Одеон“ е един от най-елитните пловдивски ресторанти, които съчетава място за хранене, хотел и галерия. Заведението се намира в едноименния хотел „Одеон“, гледащ над древния одеон на Филипопол. Ресторантът предлага може би най-авангардната в момента градска кухня, ръководена от специализирания в топ ресторанти в Америка Хари Сопаджиян. Гъши дроб върху бриош с поширана круша и пелте от дюли. Филе от морски език с брюкселско зеле, пюре от сладки картофи, бекон и радиchio с балсамико. Цяло френско петле със специален сос. Млечното телешко с бекон, сервирано с равиоли и рикота, пюре от моркови и кориандър, грах, микс от диви гъби, пармезан, лимонов сок и сос с карамелизиран шалот. Домашна паста с телешки мозък. Агнешки момички с елда и черен ориз.

Това са само малка част от нестандартните кулинарни предложения на Хари. Оставено е място и за традиционната българска кухня. В „Одеон“ можете например да опитате най-добрия качамак в Пловдив.

Арт Център „Филипополис“ е емблематична културна институция в началото на Стария град в Пловдив, помещаваща се в красивата оригинална къща на Хаджи Алеко Цветков от 1865 г. - паметник на културата и на архитектурата. *Галерията-ресторант „Филипополис“* е елегантно място предпочитано от любителите на изисканата кухня, съчетаваща най-доброто от националните и европейски вкусове. Посещаван от световноизвестни кинозвезди, арт колекционерин, дипломати и бизнес лидери, ресторантът впечатлява с класическото обзавеждане във виенски стил от 30-те години на 20-ти век. Оригиначните картини, шедьоври на български художници, ненаатрапващата се красива музика, и перфектното обслужване са част от магнетизма както на самия ресторант, така и на ВИП залите в Арт Центъра „Филипополис“, където можете да бъде организирано корпоративно парти или лично събитие.



Живописната градина-ресторант се откроява със своите прекрасни гледки към града и артистичния квартал „Капана“.

Централната градска част може да се похвали с редица бутикови ресторанти. Голяма част от тях се свързват с творческия квартал „Капана“, който претърпя бурно развитие през последните години. Характерно за този тип

ресторанти е краткото меню, разчупеният интериор и персоналното отношение при обслужване на клиентите. Един от най-популярните ресторанти в тази категория е „Паваж“. Той е в Топ 3 на най-добрите заведения в града, според сайта TripAdvisor и дори в делнични вечери там трудно може да намери свободна маса. Менюто е семпло, но с качествени и сезонно подбрани продукти, като голяма част от плодовете и зеленчуците идват от собствената градина на съдържателите на ресторанта. Мекици за закуска, цалапишки бабек или конски суджук за обяд, или сочни ребра със свежи салати за вечеря.

„Мулти Култи“ е друг подобен ресторант, разположен в Капана. Заведението предлага различни вкусове и ястия от целия свят в тематично меню, което постоянно се обновява, така че дори редовните посетители да могат да опитат нещо ново. За 2018 година печели престижната награда в категория „Брънч“ в конкурса „Ресторант на годината 2018 на Бакхус, Acqua Panna & S.Pellegrino“.

Друга пазарна ниша са ресторантите с чуждестранна кухня, като в града под тепетата те се срещат в голямо разнообразие, надхвърляйки териториално континента Европа. Редица други ресторанти могат да попаднат в тази категория - спечелилият наградата за най-добър нов ресторант в България на Бакхус - „Tams House“; посветеният на вегетарианска и веган кухня „Veggie“, както и „Le Petit Nicolas Restaurant“. Сред добрите ресторанти в тази категория могат да се изброят „Мемори“, „Хемингуей“, „Атлас“, „Note Di Vino“, „Torro“ и др.

До преди няколко години в града се наблюдаваше бум на гръцките, рибните и средиземноморски ресторанти, които към днешна дата вече не са толкова разпространени. В тази категория попадат ресторанти като „Елеа“, „Миконос“, „Дуная“, „Рибарника“ и „Ефир 100“.

Все повече са и заведенията, посветени на тематичните вкусове и различни кухни в Пловдив. Освен традиционните китайски ресторанти под тепетата вече има два мексикански ресторанта - „Сомбреро 1“ и „Сомбреро 2“, както и редица места, посветени на ориенталската и турска кухня. В квартал Капана има и типично ливански ресторант - „Mauryges“. „Йегерхоф“ в „Тракия“ пък е типично немски „beer and meat“ ресторант, като мястото продължава да бъде едно от най-посещаваните в Пловдив. Не липсват и индийски ресторанти, както и такива, предлагащи арменска кухня като „Ереван“. Първият японски ресторант отвори в Пловдив през април, 2019г., които предлага ястия, приготвени с винаги пресни продукти, богат винен лист, висок клас обслужване и стилин интериор.

Ресторантьорството е сред най-динамично развиващите се сектори в България. Много са факторите, които определят тази тенденция, но един от основните остава начина на живот в големите градове и достъпът от широк кръг клиенти. Пазарните ниши са динамични в ресторантьорския бизнес, но всички тенденции са подчинени на желанието да се отговори на променящите се вкусови предпочитания на клиентите и възможността да се изгради конкурентно предимство в бранша. Разбира се, вкусната храна остава в основата на всеки успешен бизнес, но все по-голямо значение имат и новите технологии и иновации (уебсайт с адаптивен дизайн, маркетинг стратегия в социалните мрежи, онлайн управление на репутацията, нови технологии за успешен ресторант и др.).

Заклучение

От 2017 година община Пловдив организира „Годишни награди за постижения в туризма на община Пловдив“. В рамките на събитието се отличават представители на туристическия бранш в следните пет категории: „Най-оригинален нов туристически продукт за град Пловдив“, „Най-оригинално събитие в областта на туризма в град Пловдив“, „Най-висока заетост на легловата база“ – места за настаняване клас А, „Най-висока заетост на легловата база“ – места за настаняване клас Б и „Любимо заведение в Пловдив“.

През 2017 г. бяха отличени първите хотели и ресторанти в съответната категория. В категорията „Заетост на легловата база в места за настаняване, клас Б“-плакети съответно: III-то място - къща за гости „8 и 1/2“, II-ро място - къща за гости „Олд Пловдив“ и I-во място - семеен хотел „Бизнес хотел Пловдив“. В категорията „Заетост на легловата база“ в места за настаняване, клас А плакети печелят III-то място - хотел „Новиз“, II-ро място - хотел „Афродита“, I-во място - хотел „Лендмарк Крийк хотел“. Категория „Любимо заведение“ е разделена по райони. В район „Централен“ любимите заведения за 2016 г. са 4 - класически ресторант „Сол и пипер“, класически ресторант „Паваж“, бирария „Амстердам“ и класически ресторант „Хемингуей“. В район „Северен“ любимо заведение - ресторант с национална кухня „Сомбреро“. В район „Западен“ любимо заведение - кафе-аперитив „Марбея“. В район „Южен“ любимото заведение за 2016 г. - класически ресторант „Ноте ди вино“. В район „Източен“ любимо заведение за 2016 г. - класически ресторант „Класик“. В район „Тракия“ любимо заведение за 2016 г. - бирария „Йегерхоф“.

През 2019 г. бяха връчени третите годишни награди за туризъм на Община Пловдив за изминалата 2018. „Най-добри резултати за хотелиерската индустрия в Пловдив за 2018 г.“ победители в категорията места за настаняване 4-5 звезди. Кандидатите се съревноваваха не само спрямо броя реализирани нощувки и средно-годишната заетост, но и според удовлетвореността на клиентите в резервационната система BOOKING и глобалната туристическа платформа TRIPADVISOR. Наградите връчи Еню Енев, председател на Сдружението на хотелиерите и ресторантьорите „Тракия“, член на Консултативния съвет по туризъм към община Пловдив и Заместник-председател на Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация. Хотел „Империал“, категоризиран с 4 звезди, с 54,45% средна годишна заетост и рейтинг в BOOKING – 8,7, бе класиран на второ място. Хотел „Холидей Ин“, категоризиран с 4 звезди, с 60,04% средна годишна заетост и рейтинг в BOOKING– 9, спечели първа награда. В категория „Ресторант на 2018 година“ наградите връчи заместник-кметът по „Култура и туризъм“ инж. Александър Държиков, както следва: 3 място- ресторант „Мемори“, 2 място - класически ресторант „Торро Гранде“ и 1 място - класически ресторант „Одеон“. В категория „Заведение за бързо обслужване“ наградата връчи проф. д-р Златка Григорова, ръководител Катедра „Регионално развитие и туризъм“ от Висшето училище по агробизнес и развитие на регионите, на победителя „Мавруда Барбекю Хот Спот“. В категория „Питейно заведение на 2018 г.“ победител бе „Винарна Бендида“. В категория „Кафе- сладкарница на 2018 г.“: 2 място - Сладкарница „Долче Мела“ и 1 място - Кафе-Сладкарница „Долче Фелини“. В категория „Бар и нощно заведение на 2018 г.“ победител бе бар-клуб „Уиски Лайбръри“.

В края на 2019 година Българска хотелиерска и ресторантьорска асоциация /БХРА/ стана официален и единствен от България и нашия бранш член на ХОТРЕК. ХОТРЕК е най-голямата европейска Асоциация на хотели, ресторанти, барове и кафенета и заведения в Европа, която обединява 43 национални асоциации в 31 държави и е гласът на индустрията за хотелиерство в Европа. Членството в ХОТРЕК е възможност за европейско развитие на туризма в България и стимулиране на потенциала, който страната притежава. Основни аспекти на сътрудничество ще са в посока на:

- насърчаване на бизнес растежа и иновациите в туризма;
- решения в сферата на работната ръка и професионалното образование;
- въвеждане на единна категоризация на обектите на основата на изискванията на ХОТРЕК;
- отпадане на прекатегоризацията на местата за настаняване и заведенията за хранене през период от време;
- въвеждане на единна ставка на ДДС за нощувки и изхранване, използвайки практиката в другите европейски страни и др.

Източници

1. Василева, В., С. Сабриева. Туристическа инфраструктура и суперструктура. Химера, Шумен, 2019.
2. Григорова, Зл. Тракийски туристически район – между глобализацията и глокализацията. АИ към ВУАРР. Пловдив, 2016.
3. Лаков, П., Развитие на местата за настаняване в България – сравнителен анализ. Юбилейна международна научна конференция „България на регионите“, организирана по повод 25 години от създаването на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите на тема „Перспективи за устойчиво регионално развитие“, 2017, Пловдив, стр. 329-337, ISBN 978-619-203-207-4 (on-line).
4. Сомов, Г., И. Шопова. Хотелиерство – управление, организация, технология. . АИ към ВУАРР. Пловдив, 2013.
5. Закон за туризма. В сила от 26.03.2013 г.
6. Концепция за туристическо райониране на България. Министерство на туризма. София, 2015.
7. Наредба за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и за реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране на действието и прекратяване на категорията. ДВ, бр.65 от 25.08.2015 г.
8. Наредба за националния туристически регистър. ДВ, бр. 81 от 15.10.2019 г.
9. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014 – 2030 г. Актуализирана версия. София, 2017. В: http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf.
10. Районите, областите и общините в България. НСИ, 2017.
11. Регистър на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения. Министерство на туризма. Достъпен на <http://ntr.tourism.government.bg/CategoryzationAll.nsf/mn.xsp>. Последно посещение на 30.12.2019.

12. Стратегията за интегриран и устойчив туризъм на област Пловдив 2019-2027, Пловдив, 2019: https://pd.government.bg/wp-content/uploads/pages/osr/OSR_Tourizm_Pd_Strategy_2019-2027.pdf

13. Стратегия и план за устойчивото развитие на туризма в Пловдив за периода 2014 – 2020 година, електронен източник;

14. Национален статистически институт, Сателитни сметки за туризма,

15. Национален статистически институт, Заети лица и коефициенти на заетост,

16. Национален статистически институт, Дейност на местата за настаняване в област Пловдив. Последно посещение на 20.01.2020.

17. AirDNA – платформа за проучване и статистика на имотите под наем. <https://www.airdna.co/>