



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ГЕОЛОГО-ГЕОГРАФСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ГЕОГРАФИЯ НА ТУРИЗМА“

Николай Александров Йотовски

**ЕФЕКТИВНОСТ НА ПОЛИТИКИ И МЕРКИ ЗА ПОДКРЕПА НА
ДЕЙНОСТТА НА ТУРОПЕРАТОРИТЕ В УСЛОВИЯ НА
ОГРАНИЧЕНИЯТА, НАЛОЖЕНИ ОТ COVID-19 (СРАВНИТЕЛЕН
АНАЛИЗ НА ДЪРЖАВНИ ПОЛИТИКИ)**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на дисертация за присъждане на научно-образователна степен „доктор“
Професионално направление: 4.4 Науки за Земята
Научна специалност: „География на рекреацията и туризма“

Научен ръководител: доц. д-р Елена Петкова

Научно жури:

Проф. дн Климент Минев Найденов
Доц. д-р Раденка Костадинова Митова
Проф. дгн Мария Стаматова Воденска
Проф. д-р Иван Гатев Марков
Доц. д-р Соня Александрова Алексиева

София, 2025 г.

Дисертационният труд е обсъден на разширено заседание на катедра „География на туризма“ на Геолого-географския факултет на Софийски университет „Св. Климент Охридски“, проведено на 27.05.2025 г. и е предложен за защита пред специализирано жури в състав:

Проф. дн Климент Минев Найденов
Доц. д-р Раденка Костадинова Митова
Проф. дгн Мария Стаматова Воденска
Проф. д-р Иван Гатев Марков
Доц. д-р Соня Александрова Алексиева

Дисертационният труд е в обем 199 страници (без приложенията), включващи 9 таблици и 71 фигури. Структуриран е в следния ред: увод, четири глави, заключение, библиография със 168 източника и 3 приложения.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на отч. вна заседание на определеното жури.

Материалите по защитата са публикувани на страницата на Софийския университет и са на разположение на интересувашите се в Деканата на Геолого-географския факултет, кабинет 254, етаж II (северно крило) на ректората на Софийски университет „Св. Климент Охридски“.

ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Настоящото дисертационно изследване има за цел да оцени ефективността на мерките, предприети за подкрепа на туроператорите в условията на COVID-19. Чрез анализ на добри практики и предизвикателства са разгледани основните фактори, които са повлияли върху успеха или неуспеха на прилаганите политики. Разгледани са конкретни примери от различни държави, за да се идентифицират успешните подходи и предизвикателствата, с които се сблъскаха бизнесите (в това число туристическите компании) при получаването на държавна помощ и усвояването ѝ, както и възможностите за бъдещо развитие на подкрепящи политики в контекста на потенциални нови кризи. Направена е оценка на дългосрочните последици от кризата върху туристическия сектор и възможностите за адаптация на туроператорите към новите реалности. Изследването предоставя и препоръки за бъдещи стратегии, които могат да гарантират по-добра устойчивост на сектора при евентуални нови кризи.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧНИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Методологията представлява система от принципи, методи и подходи, използвани за провеждане на научни изследвания или решаване на практически задачи. Тя осигурява рамка за организиране на изследователския процес, избор на подходящи методи и интерпретация на получените резултати.

Методологията може да бъде обща (свързана с принципите на научното познание) или специална (отнасяща се до конкретни науки и изследователски методи). Основните ѝ компоненти включват методи на изследване (качествени и количествени), подходи (системен, сравнителен, емпиричен) и техники за събиране и анализ на данни.

Критериално ефективността на ефективни държавни политики (социално-икономически мерки) в подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (ограничения, вкл. пандемии и др.) се детерминира от брой запазени фирми, брой запазени работни места и брой подпомогнати финансово фирми.

В съответствие с това виждане са формулирани предмета, обекта, цели и задачи, както и изследователските въпроси на изследването.

1.1. Обект, предмет, цели, задачи на изследването и изследователски въпроси

Обект на изследването са държавните политики и мерки, приложени в различни страни за подкрепа на туроператорите по време на ограниченията, наложени от пандемията COVID-19.

Предметът на изследването е ефективността на прилаганите политики и мерки за подпомагане на туроператорите, като се акцентира върху техните икономически и социални въздействия.

Основната цел на изследването е да се направи сравнителен анализ на държавните политики за подкрепа на туроператорите в различни страни в периода на пандемията COVID-19 и да се оцени тяхната ефективност с оглед на устойчивостта и възстановяването на туристическия сектор.

Към основната цел са формулирани следните **задачи (теоретични и практически)**:

1. Да се изследват теоретичните постановки за управление на кризи в туризма.

2. Да се анализира състоянието на международния и българския туризъм в условията на COVID-19 и да се направи обзор на ограниченията, наложени от COVID-19 и тяхното въздействие върху дейността на туроператорите.
3. Да се идентифицират и класифицират основните мерки и политики, предприети в различни страни за подпомагане на икономиката в контекста на възстановяване на туристическия сектор (по-специално туроператорите).
4. Да се анализират добри практики и примери за успешни политики в различни държави.
5. Да се оцени ефективността на предприетите мерки въз основа на икономически показатели, отзиви от бизнеса и други релевантни фактори.
6. Да се дефинират конкретни решения за ефективни държавни политики (социално-икономически мерки) в подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (ограничения, вкл. пандемии и др.)
7. Да се конструира обобщен, базиран на ефективни държавни политики, емпирично обоснован модел на система от мерки за подкрепа на дейността на туроператорите в условия на ограничения (на примера на ограниченията, наложени от COVID - 19).

Изследователски въпроси:

1. Какви държавни политики и мерки са прилагани в различните държави за подпомагане на туроператорите?
2. Способства ли прилагането на конкретни държавни политики и мерки, общи за страни от ЕС и извън него, за стабилизирането на дейността на туроператорите по време на пандемията от COVID-19?
3. Какви изводи, поуки и насоки могат да се формулират въз основа на анализираните политики и мерки за подкрепа на туроператорите по време на пандемията от COVID-19, които да бъдат ефективно приложени при бъдещи кризи (пандемии и др.).

1.2. Структура и съдържание на дисертационния труд

АКТУАЛНОСТ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО	5
Глава първа ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧНИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО	7
1.1. Обект, предмет, цели, задачи на изследването и изследователски въпроси	7
1.2. Методи на изследване	8
1.3. Определения и теоретична рамка	9
1.3.1. Туроператори и туроператорска дейност	9
1.3.2. Научно обяснение на ефективността	13
1.3.2.1. Ефективности ефикасност – дефиниция и същност	14
1.3.2.2. Типове ефективност	17
1.3.2.3. Научно обосновани методологии за измерване на ефективността	18
1.3.2.4. Ефективност в туризма	19
1.4. Политики в туризма – същност, цели, видове	21
1.5. Кризи в туризма	25
Глава втора АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО НА ПРОБЛЕМА	36

2.1. Първи мерки за ограничения и забрани за пътувания	36
2.2. Анализ на проблема във водещи туристически дестинации	41
2.3. Подкрепа за възстановяването на туризма. Видове мерки.	46
2.4. Бюджетна рамка на ЕС	47
2.4.1. Мерки на ЕС за отговор на кризата – правна и финансова рамка	48
2.4.2. Мерки за подпомагане на туризма в ЕС	51
2.4.3. Защита на туристическия сектор в ЕС	52
2.4.4. Подкрепа за туристическия сектор в ЕС по време на кризата	53
2.5. Сравнение на видовете мерки в ЕС и страни извън ЕС	55
2.6. Мерки за подпомагане на туризма в България	57
2.6.1. Незабавен фискален импулс	57
2.6.2. Отсрочки	59
2.6.3. Други мерки за ликвидност и гаранции	59
2.6.4. Финансиране на мерки за подпомагане на туроператори в България	61
2.7. Мерки за подпомагане на туроператори в страни в ЕС и извън ЕС след началото на COVID-кризата – анализи и обобщения	65
2.7.1. Ваучери вместо пари за поддържане на ликвидността на туроператорите	66
2.7.2. Кредити за туроператори	67
2.7.3. Социални мерки – схемата „60/40“ и „80/20“	68
2.7.4. Субсидиране на чартърни полети	69
2.7.5. Сътрудничество между туроператорски сдружения и институции на национално ниво за определяне на мерки за подпомагане на туроператори	71
2.7.6. Институционални мерки за укрепване на туроператорите	72
2.8. Фактори, влияещи върху туризма по време на кризата от COVID-19	74
2.8.1. Въздействие на кризата върху туроператорите	75
2.8.2. Финансови загуби и спад в оборотите	76
2.8.3. Промени в потребителското поведение	76
2.9. Политики за подкрепа на туроператорите: видове и ефективност	77
2.9.1. Финансова помощ и субсидии	77
2.9.3 Данъчни облекчения и намаления на ДДС	78
2.9.3. Насърчаване на вътрешния туризъм	78
2.10. Предизвикателства и проблеми при изпълнението на мерките	79
2.10.1. Бюрократични затруднения	80
2.10.2. Неравномерно разпределение на ресурсите	80
2.10.3. Краткосрочен ефект	80
2.11. Външни проучвания сред експерти за възстановяване на туризма	81
2.12. SWOT анализ на политики и мерки за подкрепа на дейността на туроператорите в условия на ограниченията, наложени от COVID-19	85
Глава Трета ИЗСЛЕДВАНИЯ ЗА ЕФЕКТИВНОСТТА НА ПОЛИТИКИТЕ И МЕРКИТЕ ЗА ПОДКРЕПА НА ДЕЙНОСТТА НА ТУРОПЕРАТОРИТЕ В УСЛОВИЯ НА ОГРАНИЧЕНИЯТА, НАЛОЖЕНИ ОТ COVID-19 (СОБСТВЕНИ ПРОУЧВАНИЯ)	87
3.1. Ефективност на мерките за подкрепа на дейността на туроператори в условия на ограниченията, наложени от COVID-19 през 2020 г. (резултати от проведено анкетно проучване сред туроператори)	87
3.1.1. Методология на извадката	88
3.1.2. Генерална съвкупност	89
3.1.3. Извадкова стратегия	89
3.1.4. Размер на извадката	89
3.1.5. Критерии за включване и изключване	89
3.1.6. Източници на база данни (извадкова рамка)	89
3.1.7. Трудности и ограничения	90
3.1.8. Етапи на проучването	90

3.1.9. Резултати от проучването	92
3.2. Ефективност и ефикасност на държавната политика за подкрепа на дейността на българските туроператори в условията на ограничения, наложени от COVID-19 (Резултати от проведено анкетно проучване сред български туроператори)	113
3.2.1. Общ контекст на изследването	113
3.2.2. Генерална съвкупност	113
3.2.3. Тип на извадката	114
3.2.4. Размер на извадката	114
3.2.5. Критерии за включване и изключване	114
3.2.6. Подбор и достъп до респонденти	114
3.2.7. Представителност и валидиране	115
3.2.8. Обобщение за включване в анализа	115
3.2.9. Трудности и ограничения	116
3.2.10. Обект, период, предмет и метод на проучването.	116
3.2.11. Резултати от проучването	116
3.3. Модел за ефективни социално-икономически мерки в подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (пандемии и др.).	163
Глава Четвърта СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ НА ПОСЛЕДВАЩИ ПРОБЛЕМИ В ТУРИЗМА (СЛЕД КРАЯ НА ПАНДЕМИЯТА ПРИ ПЪЛНО ОТПАДАНЕ НА ОГРАНИЧЕНИЯТА ЗА ПЪТУВАНИЯ)	165
ИЗВОДИ, ОБОБЩЕНИЯ И ПРИНОСИ ОТ ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД	181
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	183
ЛИТЕРАТУРА	188
ПРИЛОЖЕНИЯ	200

СИНТЕЗИРАНО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Методи на изследване

Правилният избор на комплекс от методи на изследване е изключително важен за правилното и научнообосновано анализиране на определен проблем. Факторите, които определят избора на изследователски методи са целите, обекта, предмета, задачите на изследване и натрупаният материал, при това да са в съответствие с логическата структура на изследването. В съответствие с гореизброените фактори, методите, приложени за реализиране на настоящото дисертационно изследване са:

1. *Анализ на съдържанието* и синтез на информационните източници по изследваната проблематика – теоретичният анализ и синтез са в основата на определяне на обективни тенденции в изследваните обекти и явления. В изследването са приложени при избора на темата на изследване, анализа и обобщенията за проучване на състоянието и управлението на туризма в условия на COVID-19 и отражението на пандемията върху туристическия сектор; политики и мерки в различните държави за ограничаване и прекратяване на входящи и изходящи пътувания; влияние на въведените ограничения за пътуване върху дейността на туроператорите; за проучване на социално-икономически мерки за подкрепа на дейността на туроператорите в условия на ограниченията, наложени от Covid-19; при сравнителен анализ на ефективността на първоначално взетите мерки върху дейността на туроператорите (анализ); действия, предприети от браншовите туроператорски сдружения и асоциации за намаляване на негативните ефекти от пандемията, също и за критичен и анализ на вторични данни.
2. *Моделиране* – при постигане на целите свързани с изграждане на обобщения и

изграждане на обобщен, базиран на ефективни държавни политики, емпирично обоснован модел на система от мерки за подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (на примера на ограниченията, наложени от COVID -19)

3. *Полуструктурирано онлайн интервю* с туроператори от различни страни за проучване на мерките и политиките за подкрепа на дейността на туроператорите в съответните държави.
4. *Анкетирание* – при конструиране на две анкети за проучване на мнението на туроператорите в страни от ЕС (вкл. България) и извън него, относно институционални политики и мерки за тяхното подпомагане. Анкетите са разпространени онлайн.
5. *SWOT анализ* на политики и мерки за подкрепа на дейността на туроператорите в условия на ограниченията, наложени от COVID-19
6. *Математико-статистически методи* – математическо осигуряване на достоверността на резултатите чрез методи за анализ на обработка на получените емпирико-диагностични данни от анкетите.

1.1. Определения и теоретична рамка

1.1.1. Туроператори и туроператорска дейност

Понятията „туроператорска дейност“ и „туроператор“ са дефинитивно определени в Закона за туризма (ЗТ), в сила от 26.03.2013 г., последно изм. и доп. ДВ. бр. 70 от 20.08.2024 г. „Туроператорска дейност“ е организирането на туристически пакети, предлагани за продажба, пряко или посредством туристически агент с цел туризъм, отдых, развлечения, бизнес, участие или посещение на прояви и събития с културен и опознавателен характер, на конгресни и делови събития или с друга цел. „Туроператор“ е лице, регистрирано по реда на Закона за туризма и вписано в регистъра на туроператорите и туристическите агенти за упражняване на туроператорска дейност.

Като основен субект на настоящата дисертация, нормативните детерминанти на туроператорите като субекти и тяхната дейност са разгледани като основа, върху която се прилагат политики и мерки в контекста на пандемията от COVID-19 за подкрепата им.

1.1.2. Научно обяснение на ефективността

Настоящият дисертационен труд има за основна цел да оцени ефективността на държавните политики и мерки за подпомагане на туроператорите в условията на ограниченията, наложени от COVID-19. Изборът да бъде изследвана ефективността е направен, базирайки се на следното:

- Държавните политики са насочени към постигане на определени резултати, което не е обвързано с изразходваните за целта ресурси. Това е особено валидно в условия на криза, когато държавата трябва да окаже подкрепа за определени сектори и икономиката на страната като цяло. В тези случаи следва да се прилагат работещи политики, ориентирани единствено към постигане на целите си, а не към рационално използване на ресурсите.

- Туризмът е икономически сектор, който в много страни има значителен дял в БВП, създава много работни места и е косвено свързан с други икономически сектори. В този смисъл социалният ефект на туризма е важен за много страни, а в условия на кризи и ограничения максималните усилия на държавните институции за запазване на сектора са от съществено значение.

- Пандемия в тези размери и влияние върху световната икономика и в частност туризма няма аналог в историята. В този смисъл прилагането на държавни политики за подпомагане на определени икономически сектори не може да се базира изцяло на предишен опит. В такива случаи на нови по същността си проекти, най-важно е постигане на добри резултати.

- Ефективността дава най-добра оценка, на базата на която следва да се направят препоръки.

- От чисто политическа гледна точка в момент на криза, обществото оценява дали са приложени правилни политики, водещи до постигнати положителни резултати. Изразходваните за това средства, особено за социално значими дейности остава на заден план, когато трябва да се вземат спешни решения за прилагане на важни за обществото мерки.

При преглед на редица литературни източници се наблюдават противоречия при определенията за ефективност и ефикасност и за целите на дисертационния труд е необходимо тези две понятия да бъдат диференцирани.

1.1.3. Ефективност и ефикасност – дефиниция и същност

Ефективността е ключова концепция за оценка на успеха на различни системи и процеси. Тя описва степента, до която даден процес, система или дейност успява да постигне поставените цели. Проблемът за ефективността възниква тогава, когато имаме повече от един вариант на разходите за удовлетворяване на потребностите. В научната литература терминът се използва в различни контексти, включително бизнес стратегии, здравеопазване, екология и технологично развитие.

Ефективността в най-общия смисъл показва отношението на постигнатия резултат спрямо поставената цел. Ефективността е свързана с целесъобразността на действията. Чрез нея се дава отговор на въпроса, дали се вършат „правилните“ неща. Тя не отчита разходите (енергия, труд, финансови средства), а само постигането на целта. Колкото степента на постигане на една цел е по-висока, толкова по-ефективни са действията и мероприятията. За целите на настоящия труд това определение за ефективност ще бъде водещо. При прилагането на държавни политики за подпомагане на туроператори, за ефективни такива се приемат тези, които във висока степен постигат положителни резултати без значение от използваните ресурси.

Ефективността се отнася до способността да се постигне желаният краен резултат, независимо от използваните ресурси. Тя отразява реалния успех на дадено действие или система в изпълнението на целите.

Ефикасност е постигането на максимални резултати от използваните ресурси при осъществяване на дейността на одитирания обект (допълнителни разпоредби от Закона за сметната палата).

Ефикасността се отнася до способността да се постигнат желаните резултати с минимален разход на ресурси (време, енергия, пари, материали). Тя измерва оптимизацията на процеса и степента, до която дадена система или организация използва наличните си ресурси, за да постигне целите си. Ефикасност определяме като използване на наличните ресурси (финанси, време, персонал) по най-добрия възможен начин.

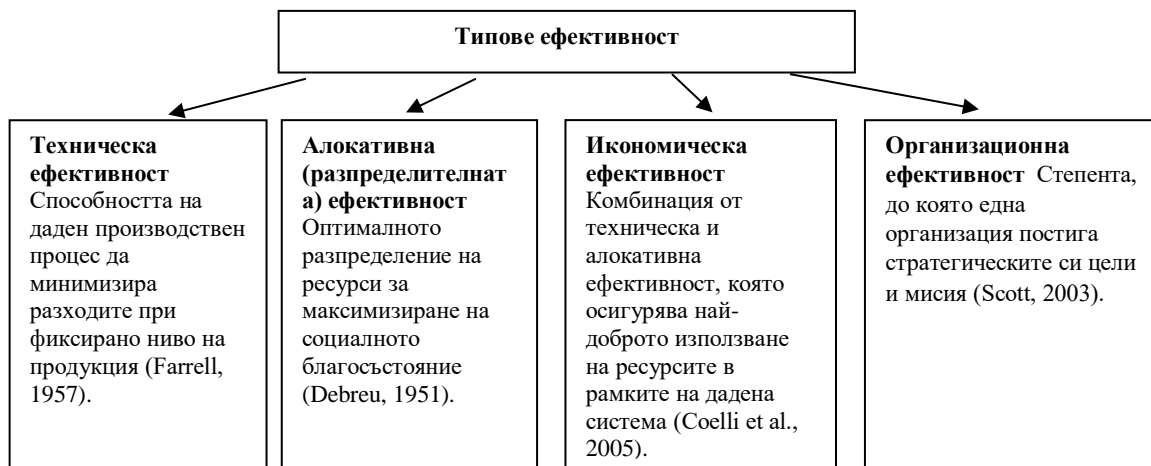
Основните разлики между ефективност и ефикасност са представени в таблица 1.

Табл.1 Разлики между ефективност и ефикасност (на базата на анализ на литературни източници)

Критерий за сравнение	Ефективност	Ефикасност
Фокус	Достигане на желаните резултати	Оптимално използване на ресурси
Измерване	Дали се постига поставената цел	Колко добре се използват входните ресурси
Връзка с продуктивността	Дългосрочен успех	Висока продуктивност при минимални загуби
Пример в контекста на туризма	Туроператорът е ефективен, когато постига основната си цел – удовлетворяване на клиентите и увеличаване на броя на резервациите.	Туроператорът намалява административните разходи, сключва по-изгодни договори с доставчици и автоматизира част от резервационната система, което води до по-ниски разходи за организиране на пътувания, по-бързо обслужване и по-голяма печалба.

1.1.4. Типове ефективност

Научната литература идентифицира няколко основни типа ефективност (фиг. 1). Дефинирането и строгото разделяне на ефективността по видове има по скоро теоретичен характер. В практиката отделните видове взаимодействат и често образуват двойки, а понякога и тройки видове ефективност (Kovatchev, 2002; Славова-Ночева, 2012).



Фиг. 1. Основни типове ефективност (на базата на анализ на литературни източници)

1.1.5. Научно обосновани методологии за измерване на ефективността

Измерването на ефективността е от съществено значение за оценката на производителността и управлението на ресурси в различни области. Методите за нейното измерване варират според областта, но основната идея е постигане на оптимални резултати спрямо поставените цели.

Съществуват множество методи, които се използват за количествена и качествена оценка на ефективността, като всеки от тях има специфични приложения в зависимост от контекста.

Табл.2. Методи за количествена и качествена оценка на ефективността (на базата на анализ на литературни източници)

Наименование	Описание на метода	Приложение	
1. Индекси за производителност (Анализ на съотношението входни ресурси / продукция) (Input-Output Analysis)	измерва ефективността чрез сравняване на входа (ресурсите) и изхода (резултатите). Ефективност = $\frac{\text{Изход}}{\text{Вход}}$	В бизнеса – за оценка на производителността на служители, машини и организации. В здравеопазването – за измерване на резултатите от лечението спрямо използваните ресурси. В публичния сектор – за оценка на разходната ефективност на правителствени програми. (Farrell, 1957; Coelli et al., 2005)	
2. Анализ на граничната ефективност (Frontier Effectivness Analysis)	използва математически модели за идентифициране на „ефективната граница“ (efficiency frontier), спрямо която се оценяват производствени единици $\max_{\lambda} \sum_{j=1}^n \lambda_j Y_j$	2.1. Метод за оценка на ефективността на организациите спрямо „най-добрите практики“ (DEA)	линейно-програмен метод, който сравнява различни организации (фирми, болници, училища) и определя кои от тях са на границата на ефективността (Banker, Charnes & Cooper, 1984).
		2.2. Стохастичен анализ на границите (SFA) – използва статистически модели за оценка на ефективността чрез разделяне на случайни грешки от неефективността	позволява контролиране на случайни фактори, които влияят върху продуктивността; финансов анализ, макроикономически оценки, енергийна ефективност (Charnes, Cooper & Rhodes, 1978; Aigner, Lovell & Schmidt, 1977).
3. Балансирана система от показатели (BSC)	методът комбинира финансови и нефинансови показатели за измерване на ефективността в четири направления: финансова перспектива, перспектива на клиентите, вътрешни бизнес процеси, обучение и растеж	корпоративно управление, стратегическо планиране (Kaplan & Norton, 1996).	
4. Ключови показатели за ефективност (KPIs)	KPI са количествени и качествени индикатори, които измерват степента на постигане на целите	в производството – % на дефектни продукти, в маркетинга – конверсия на клиенти, здравеопазване – смъртност на пациенти след операция. (Parmenter, 2015).	
Ефективност на Парето (Pareto Efficiency)	една система е ефективна, ако никой не може да подобри състоянието си, без да влоши това на друг	във всички сфери (Pareto, 1906)	

1.1.6. Ефективност в туризма

Според Нешков и колеktiv, ефективността в туризма се отнася до способността на туристическите предприятия и дестинации да постигат максимални резултати с оптимално използване на наличните ресурси. Това включва реализиране на максимални приходи при минимални разходи, като се вземат предвид фактори като продължителност и интензивност на туристическите пътувания (Нешков, М. et al, 2014). При това определение ефективността е обвързана с ресурсите, което след анализ на редица научни публикации е некоректно. Ефективността като цяло следва да бъде обвързана с постигнатите резултати. В този смисъл ефективността в туризма е способността на туристическите предприятия и дестинации да постигат максимални резултати, покривайки предварително зададени критерии и индикатори, независимо от използваните ресурси за постигане на целите. Ефективността на държавната политика в

туризма също следва да бъде обвързана с крайни резултати и степен на постигане на целите.

За определяне на икономическата ефективност при туроператорската дейност основните цели са максимална реализация на пакетни пътувания и качествено обслужване чрез оптимална организация и подготовка. Критериите са максимум продажби и качествено обслужване с минимални парични, материални, информационни ресурси и работна сила за реализиране на 1 продукт (Нешков, М. et al, 2014). При това определение отново се прави връзка с използваните ресурси за постигане на целите. Като критерии за икономическа ефективност на туроператорите би следвало да се измерват брой продажби и ниво на обслужване, съответно степен на удовлетвореност на клиентите, независимо от изразходваните ресурси – парични, материални, информационни и работна сила.

Към формулираните от М. Нешков цели и съответстващите им критерии за ефективност на туроператорската дейност може да се добави също и печалбата на туроператора. За тази цел работещ критерий би могъл да бъде реализирани продажби с максимален марж. За да бъде ефективна дейността на туроператора, е необходим висок брой продажби с висок марж. (Допълнено от Йотовски 2024 г.)

Анализирайки добри практики се налага и друга важна цел за ефективна работа на туроператора, а именно разширяване на пазарния дял (табл.3). За да бъде ефективна дейността, туроператорът трябва да привлича нови клиенти, като успоредно с това да задържа настоящите. За да достигне до нови пазарни сегменти, като едновременно с това запазва позициите си сред вече достигнати е необходимо туроператорът да разработва непрекъснато нови програми. Чрез разнообразяване на портфолиото ефективността се повишава, защото се създават възможности за привличане на нови потребители, а едновременно с това запазване на настоящите. Критериите са привличане на максимално голям брой нови клиенти, максимален брой на запазени лоялни клиенти и разработени и успешно лансирани на пазара нови продукти (дестинации, маршрути и др.). (Допълнено от Йотовски 2024 г.)

Табл.3. Ефективност в туроператорската дейност на ниво туроператор (по Нешков, 2014, допълнено от Йотовски, 2024).

Цели за ефективна работа на туроператора	Критерии
Максимална реализация на пакетни пътувания; Качествено обслужване при усъвършенствана организация и подготовка на пътувания.	Постигане на максимум продажби и качествено обслужване с минимални парични, материални, информационни ресурси и работна сила за реализация на 1 туристически продукт.
Реализирана максимална печалба при същото качество на продукта и обслужването.	Увеличаване на маржа при продажбите чрез оптимизация и рационализация на работата.
Разширяване на пазарния дял	Привличане на максимално голям брой нови клиенти, максимален брой на запазени лоялни клиенти и разработени и успешно лансирани на пазара нови продукти (дестинации, маршрути и др.).

Настоящата дисертация разглежда актуалността на проблема, свързан с ефективността на политики и мерки за подкрепа на туроператорите в условия на ограниченията, наложени от COVID-19, като се базира на международни изследвания, доклади на глобални организации и емпирични примери от различни държави. Като критерии за измерване на тази ефективност и постигане на целите на приложените политики се отчитат брой запазени фирми, брой запазени работни места и брой подпомогнати фирми.

1.1.7. Политики в туризма

Политиките в туризма представляват набор от стратегически насоки, регулации, мерки и решения, които се прилагат от правителства, международни организации, частния сектор и неправителствени организации с цел развитие, регулиране и управление на туристическия сектор. Те имат за цел да осигурят устойчивостта на туризма, да стимулират икономическия растеж, да запазят културното и природното наследство и да подобрят опита на туристите (Нешков, 2011; Крайчева, 2017).

Туристическите политики се създават с няколко основни цели, а именно:

- развитие на туристическата индустрия – създаване на благоприятна среда за туристическия бизнес и насърчаване на инвестиции в сектора;
- икономически растеж – увеличаване на приходите от туризъм чрез насърчаване на вътрешния и международния туризъм;
- устойчиво развитие – балансирано развитие, което съчетава икономическите, социалните и екологичните аспекти;
- съхранение на културното и природното наследство – защита на историческите и природните забележителности от прекомерна експлоатация.
- социална отговорност – гарантиране на правата и благосъстоянието на местните общности, свързани с туризма;
- ефективен маркетинг на национално и регионално ниво(фиг. 2).



Фиг. 2. Цели на туристическите политики (на базата на анализ на литературни източници)

Политиките в туризма могат да бъдат групирани в зависимост от мащаба на действие и в зависимост от фокуса на политиката.

Според фокуса на политиката се различават икономически, екологични, социални, културни и транспортни политики. Икономическите политики включват стимули за инвестиции в туристическия сектор, данъчни облекчения, финансиране на инфраструктура и подкрепа за малкия и среден бизнес в туризма. Екологични политики са насочени към устойчивото развитие на туризма чрез намаляване на екологичния отпечатък, контрол на замърсяването и насърчаване на екотуризма. Социалните политики са свързани с ангажирането на местните общности, създаване на работни места и осигуряване на достъп до образование и обучение в туристическия сектор. Културните политики регламентират опазването на исторически и културни обекти, организирането на фестивали и други културни събития, свързани с туризма. Транспортни политики – целят подобряване на транспортната инфраструктура и достъпността на туристическите дестинации (фиг. 3).



Фиг. 3. Видове политики в туризма (на базата на анализ на литературни източници)

За реализиране на целите на политиката в туризма се използват различни **мерки** (инструменти и ресурси). Най-общо мерките на туристическата политика могат да бъдат разделени в четири групи:

- правни разпоредби, които включват главно: конституционни разпоредби, закони, забрани, разрешения, решения, заповеди и др.;
- административни инструменти, които включват основно: данъци, мита, такси, вноски, заеми и други публични приходи и публични субсидии (компенсации, премии, гаранции и др.);
- икономически инструменти, включващи главно: планове, програми, резолюции, фондове, заеми, облигации и др.;
- договори и споразумения.

За целите на изследването се приемат следните работни определения за държавни политики и мерки:

Държавна политика е институционалната рамка, определяща посоката на развитие на определен процес. Тя оказва пряко влияние върху обектите, към които е приложима. Държавната политика е промяна на настоящото състояние с оглед на постигане на определени цели и резултати за бъдещ период.

Мерките са инструментите за изпълнение на държавната политика. Те представляват конкретни нормативни актове, решения и дейности, чрез които политиката се прилага и следва посоката на изпълнение на целите си.

1.1.8. Кризи в туризма

Криза (от гръцки *κρίσις*) дефинитивно се определя като явление или съвкупност от явления в личен или обществен план, нестабилно или опасно състояние засягащо личност, група, общност или цялото общество.

В настоящото изследване се приема, че кризите в туризма могат да бъдат провокирани от различни причини (фактори), които се групират, както следва – природни бедствия, техногенни бедствия/аварии, пандемии (глобални здравни кризи), икономически сътресения, социални конфликти и свръх туризъм (фиг. 4). Тези кризи оказват значително въздействие върху туристическата индустрия, местните общности и икономиките на засегнатите региони.



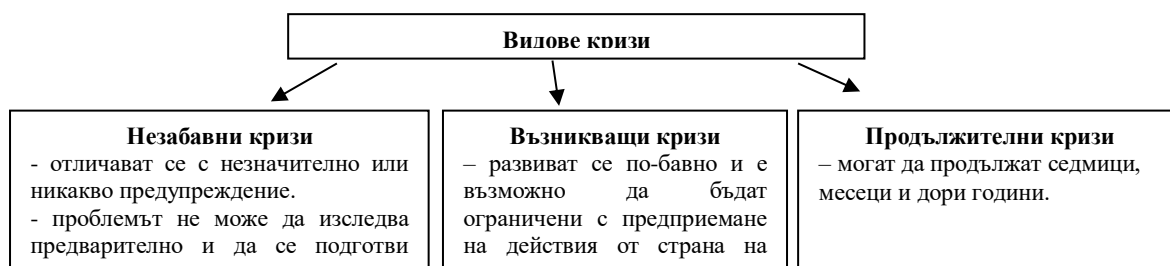
Фиг. 4. Групи причини, които могат да предизвикат кризи в туризма (на базата на анализ на литературни източници)

Въз основа на анализ на литературни източници в дисертационното изследване кризите в туризма на макрониво са групирани според техния произход, обхват и последици, както следва (табл.4) (Santana, 2004; Henderson, 2007a; Henderson, 2007b; Bagans & Tapola, 2011; Aliperti, et al, 2019; Zhong, et al, 2021; Божинова et al, 2022 и др.).

Табл.4. Кризите в туризма на макрониво (на базата на анализ на литературни източници)

Криза в туризма	Причини	Примери
1. Природни кризи	природни бедствия, които често са непредвидими, но могат да имат значителни последици за туристическия сектор	- земетресения – разрушават инфраструктурата и засягат туристическите обекти - наводнения и цунами – унищожават плажни зони и курорти - урагани и бури – засягат островните и крайбрежните дестинации - горски пожари – особено разрушителни за екотуризма и планинските райони - вулканични изригвания – затрудняват въздушния транспорт и застрашават безопасността на туристите
2. Политически и социални кризи	възникват в резултат на нестабилност, конфликти или социални напрежения в дадена страна	- терористични атаки – силно намаляват туристопотока към засегнатите региони - военни конфликти – правят определени дестинации напълно недостъпни - граждански протести и безредици – възпрепятстват нормалното функциониране на туристическия сектор - политически санкции и ограничения – могат да засегнат международния туризъм между враждуващи страни
3. Икономически кризи	икономически сътресения, които могат значително да повлияят на туристическия сектор, тъй като той е пряко зависим от разполагаемия доход на хората	- финансови кризи – намаляват броя на туристите поради намалените доходи и несигурността - фалити на туристически компании – водят до анулирани резервации и загуба на доверие сред потребителите - инфлация и валутни колебания – влияят на цените на туристическите услуги и привлекателността на дестинациите
4. Епидемиологични кризи	свързани са със здравето на населението и могат да предизвикат сериозни ограничения в туризма	- пандемии и епидемии – например COVID-19, който доведе до масови затваряния на граници и срив в туристическата индустрия - хранителни инфекции и зарази – могат да повлияят на безопасността на туристите и да влошат репутацията на дадена дестинация - замърсяване на околната среда – включително заразена питейна вода или въздушно замърсяване, което възпира туристите
5. Технологични и транспортни кризи	свързани са с аварии и технически проблеми в транспорта или туристическата инфраструктура	- самолетни катастрофи – водят до загуба на доверие в авиокомпаниите - железопътни и корабни инциденти – засягат определени транспортни маршрути - кибератаки върху туристически компании – могат да компрометират личните данни на туристите и да доведат до финансова нестабилност
6. Екологични кризи	Възникват в резултат на замърсяване, климатични промени или неправилно управление на природните ресурси.	- изчерпване на природни ресурси – например проблеми с водоснабдяването в курортните зони - замърсяване на морета, реки и плажове – влошава качеството на туристическите дестинации - ерозия и разрушаване на природни забележителности – засяга екотуризма и културния туризъм
7. Имиджови (репутационни) кризи	Свързани са с негативен имидж на дадена туристическа дестинация или компания.	- лоши отзиви в социалните мрежи – могат да доведат до спад на резервациите - скандали и измами в туристическия бизнес – например случаи на подвеждащи реклами или измамни практики. - негативни медийни кампании – които отблъскват туристите от дадено място

Парсънс изследва кризите на макрониво (Parsons, W., 1996) и ги групира като незабавни, възникващи и продължителни кризи (фиг.5).



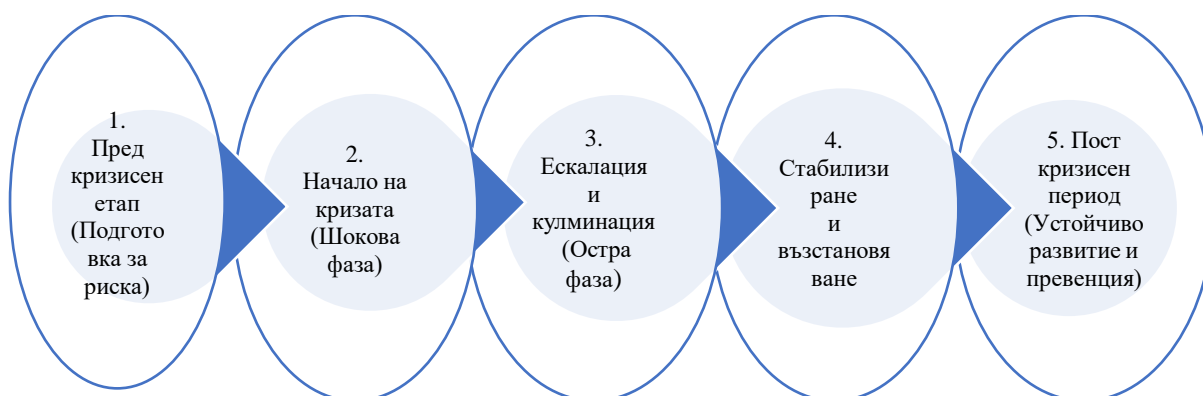
Фиг. 5. Видове кризи според начина на възникване и продължителността (Parsons, 1996)

Според класификацията на Парсънс кризата в туризма, причинена от COVID-19 е незабавна и продължителна.

Според Маринов и колектив (2021) в резултат от пандемичната криза, в частност обявяването на извънредното положение и въвеждането на забрани за пътуване, дейностите в културния туризъм са преустановени, което означава, че този сектор е най-силно засегнат от пандемията. За възстановяването му следва да се започне от нулево равнище и то в условията на сериозни ограничения по отношение на броя посетители, изисквания за социална дистанция и дезинфекция и др. Единствено чрез адекватна публична подкрепа възстановяването на този сектор можеше да се осъществи.

Божинова и колектив (2022), цитирайки Ричи (Ritchie, В., 2004) определят етапите, през които преминава една криза или бедствие. Те определят последователността на тези етапи като „жизнен цикъл“.

Етапите, през които преминава една туристическа криза описват динамиката на кризисната ситуация и начините, по които туристическата индустрия реагира на нея. На базата на анализа на литературни източници за целите на изследването се разглеждат пет етапа в протичането на кризите в туризма на макрониво (фиг. 6).



Фиг. 6. Етапи на протичане на туристическа криза на макрониво (Божинова и колектив 2022, Ritchie 2004)

Всеки от етапите се характеризира с особености, описани в табличен вид (табл. 5).

Кризите в туризма преминават през няколко ключови етапа, които описват динамиката на кризисната ситуация и реакциите на туристическата индустрия. Разбирането и управлението на тези етапи са от съществено значение за устойчивостта и адаптивността на туристическата индустрия в условията на криза.

Табл.5. Етапи на туристическа криза – особености и характеристика (Божина и колектив 2022)

Етапи на туристическа криза	Характеристика
1. Предкризисен етап (Подготовка за риска)	<ul style="list-style-type: none"> • идентифициране на потенциалните заплахи за туризма, като природни бедствия, здравни пандемии, икономически кризи или социални конфликти. • разработване на стратегии за управление на риска, аварийни планове и комуникационни протоколи от правителствата и туристическите организации • провеждане на обучения и симулации за реакция при кризи при възможност
2. Начало на кризата (Шокова фаза)	<ul style="list-style-type: none"> • настъпване на кризисното събитие, предизвиквайки внезапно прекъсване на туристическите дейности • хаотични реакции при липса на предварителна подготовка • масови анулирания на резервации, спад в броя на туристите и затваряне на туристически обекти • често пъти се наблюдава блокиране на туристи в кризисната зона, което налага евакуационни мерки
3. Ескалация и кулминация (Остра фаза на кризата)	<ul style="list-style-type: none"> • връх (кулминация) на кризата, което причинява сериозни загуби за туристическия сектор • компаниите, зависими от туризма (туроператори, хотели, авиокомпани), могат да изпаднат в затруднено финансово състояние или дори да фалират • силно разклатено потребителското доверие, разпространение на негативни новини от медиите • предприемане на спешни мерки за контролиране на ситуацията държавните органи и туристическите институции
4. Стабилизиране и възстановяване	<ul style="list-style-type: none"> • първи стъпки към възстановяване • адаптиране на бизнес моделите на туристическите компании, въвеждайки нови мерки за безопасност и привличане на туристи (например гъвкави резервации, по-строги хигиенни стандарти) • инвестиране на държавите в маркетингови кампании, с цел възстановяване на имиджа на засегнатите туристически дестинации • завръщане на част от туристите, но с предпазливост и често с различни очаквания спрямо услугите
5. Посткризисен период (Устойчиво развитие и превенция)	<ul style="list-style-type: none"> • извличане на поуки от кризата от страна на туристическата индустрия и адаптиране на стратегии за бъдещето • разработване на нови политики за управление на риска и устойчиво развитие • реструктуриране на туризма за някои дестинации (например преминаване към по-екологични практики или ограничаване на свръх туризма) • възстановяване на туристическото доверие (възможни са дългосрочни промени в предпочитанията на пътуващите)

Глава втора АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО НА ПРОБЛЕМА

2.1. Първи мерки за ограничения и забрани за пътувания

Според доклада на Световната Туристическа Организация (UNWTO), към 18 май 2020 г. всички туристически дестинации са въвели ограничения за пътувания, а 75% от тях са въвели пълна забрана.

Основни категории мерки за ограничение и забрани за пътуване:

1. Пълно или частично затваряне на границите и забрана за влизане на пътуващи (началото се правят изключения за граждани на съответната държава, които се прибират от пътуване или временно пребиваване в друга държава).

2. Забрана за влизане на пътници, пристигащи от определени държави (включително преминали транзитно през тези държави).

3. Забрана за осъществяване на полети от съответни държави.

4. Други мерки за забрана и ограничаване на пътуванията - налагане на карантина или самоизолация за определен период, забрана за издаване на визи за гражданите на определени държави, изисквания за предоставяне на медицински сертификат при пристигане, за отрицателен тест за Covid-19 или скорошно преболеждане.

Введените мерки за ограничения и забрани за пътуване в туристическите дестинации в цял свят за периода 04.2020 - 06.2021 г. са обобщени на фиг. 7. Фигурата показва първоначално бързо въвеждане на радикални мерки (затваряне на граници и забрана на полети), които постепенно се заменят с по-либерални (влизане с медицински сертификати и др.).



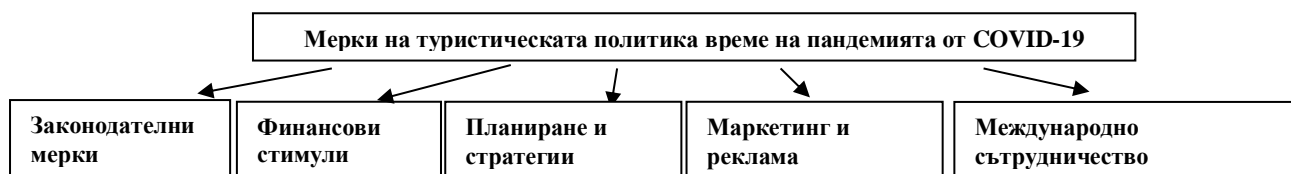
Фиг. 7. Въведени мерки за ограничения и забрани за пътуване в туристическите дестинации в цял свят 04.2020- 06.2021 г.

Източник: Фигура на автора по данни на UNWTO

2.2. Подкрепа за възстановяването на туризма. Видове мерки.

Анализа на литературни източници показва, че в контекста на пандемията от COVID-19 за целите на държавната политика се прилагат основно следните групи от мерки:

- **законодателни мерки** – държавите приемат закони и нормативни актове, които регулират туристическата дейност в условия на криза с цел да бъде даден отговор на кризисната ситуация.
- **финансови стимули** – правителствата предоставят субсидии, грантове и данъчни облекчения с цел запазване на туристическите предприятия.
- **планиране и стратегии** – създават се стратегии за развитие на туризма, базирани на ситуационен анализ на пазара с цел възстановяване и устойчиво развитие на сектора.
- **маркетинг и реклама** – националните туристически организации провеждат рекламни кампании, за да популяризират дестинациите си с цел създаване на положителен имидж и възстановяване на туристопотока.
- **международно сътрудничество** – подписване на споразумения между държави за улесняване на туристическия поток и хармонизиране на стандартите с цел премахване на препятствията пред туристообмена (фиг. 8).



Фиг. 8. Мерки на туристическата политика време на пандемията от COVID-19 (на базата на анализ на литературни източници)

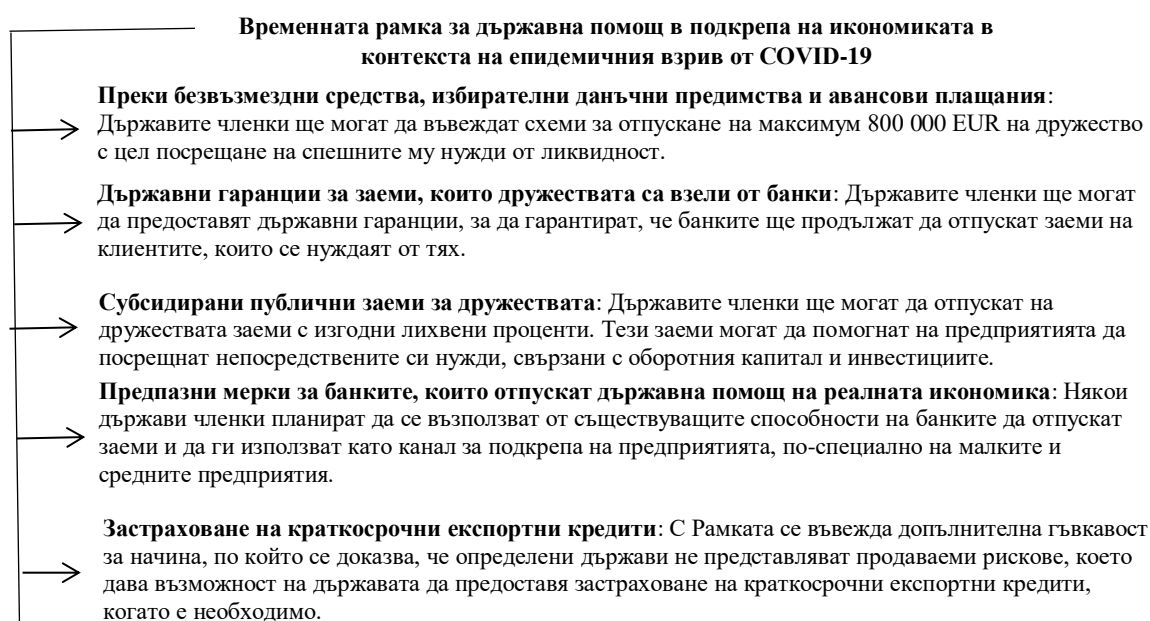
2.2.1. Мерки на ЕС за отговор на кризата – правна и финансова рамка

На 13 март 2020 г. Европейската комисия (ЕК) представя европейски координирани мерки за противодействие на икономическите последици от коронавируса. Целта на тези мерки е смекчаване на последиците от пандемията в следните аспекти:

- гарантиране на нужните доставки за здравните системи;
- подкрепа за гражданите на ЕС за да не бъдат засегнати непропорционално доходите и работните места и да се избегнат трайните последици от кризата;
- подкрепа за предприятията и да гарантиране на ликвидността на финансовия сектор за продължаване на подкрепата за икономиката;
- възможност на държавите членки да действат решително по координиран начин, използвайки цялата гъвкавост, заложена в рамката за държавната помощ и Пакта за стабилност и растеж.

Приетата **Временна рамка** допълва многобройните възможности, с които държавите членки разполагат, за да подготвят мерки в съответствие със действащите правила на ЕС за държавната помощ.

Временната рамка предвижда пет вида помощ (фиг.9).



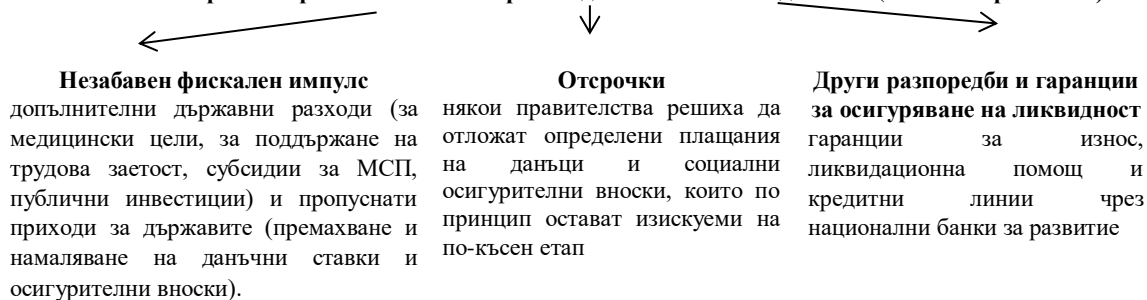
Фиг. 9. Видове помощи, регламентирани във Временната рамка за държавна помощ на ЕС

Източник: Фигура на автора по данни на ЕК

Решенията на ЕЦБ и ЕК стимулираха правителствата на държавите-членки на ЕС да вземат решения за оказване на държавна помощ на засегнатите икономически сектори и субекти. Към 20 март 2020 г. фискалните мерки на правителствата за

противодействията от пандемията могат да се групират в три основни категории (фиг. 10).

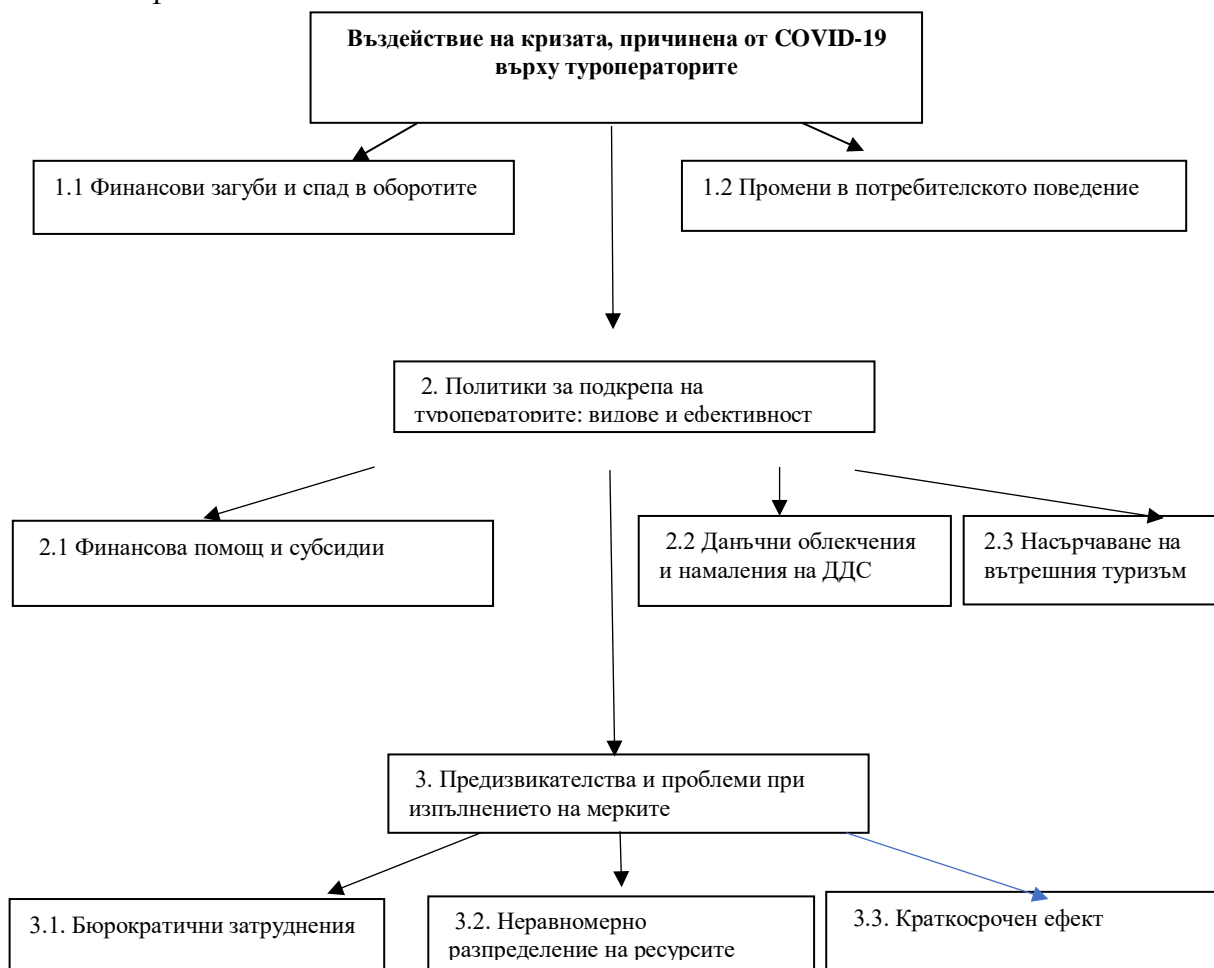
Фискални мерки на правителствата за противодействията от пандемията (към 20 март 2020 г.)



Фиг. 10. Фискални мерки на правителствата за противодействията от пандемията (към 20 март 2020 г.).

2.3. Въздействие на кризата върху туроператорите

Въздействието на кризата, причинена от COVID-19 върху туроператорите е представено във фиг. 11.



Фиг. 11. Въздействие на кризата, причинена от COVID-19 върху туроператорите

2.4. SWOT анализ на политики и мерки за подкрепа на дейността на туроператорите в условия на ограниченията, наложени от COVID-19

SWOT анализът показва, че политиките и мерките за подкрепа са жизненоважни за оцеляването на туроператорите в условията на COVID-19, но ефективността им зависи

от правилното изпълнение и адаптация. Основният фокус трябва да бъде върху дигитализацията, устойчивото развитие и намаляване на зависимостта от държавната помощ в дългосрочен план.

<p>S - Силни страни (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Финансова подкрепа от държавата – безвъзмездни субсидии, грантови схеми, кредити с преференциални условия. 2. Данъчни облекчения – намаляване или отлагане на данъчни задължения за туроператорите. 3. Гъвкави регулаторни мерки – временно облекчаване на административни изисквания (лицензи, застраховки). 4. Дигитализация и онлайн продажби – инвестиции в дигитализация и платформи за резервации. 5. Подкрепа за заетостта – държавни програми за запазване на работните места (напр. 60/40 в България). 6. Сътрудничество с авиокомпаниите и хотели – договаряне на по-гъвкави условия за анулиации и промени в резервациите. 	<p>W - Слаби страни (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зависимост от държавната помощ – ограничената продължителност на подкрепата може да доведе до дългосрочни финансови затруднения. 2. Липса на координация между различни институции – бавна администрация при изплащане на помощите. 3. Недостатъчна подготовка за дигитална трансформация – много малки туроператори нямаха достатъчен технологичен капацитет за адаптация. 4. Затруднен достъп до международните пазари – дори при наличие на вътрешна подкрепа, ограниченията в други държави пречат на възстановяването. 5. Несигурност при планирането – липса на яснота относно бъдещи мерки, което затруднява стратегическото управление.
<p>O - Възможности (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие на вътрешния туризъм – насърчаване на национални и регионални пътувания чрез субсидии и маркетингови кампании. 2. Диверсификация на предлагането – адаптация към нови форми на туризъм (еко, здравен туризъм, дигитални номади). 3. Сътрудничество с международни институции – достъп до европейски фондове и програми за възстановяване. 4. Инвестиране в устойчив и безопасен туризъм – сертифициране за хигиенни стандарти, здравни протоколи и туристическа сигурност. 5. Гъвкави бизнес модели – разширяване на услугите с персонализирани предложения и застраховки срещу непредвидени обстоятелства. 	<p>T - Заплахи (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Продължаваща несигурност и нови пандемични вълни – възможност за нови рестрикции, които отново да блокират дейността. 2. Фалити на ключови партньори (хотели, авиокомпаниите) – веригата на доставки в туризма е крехка и зависима от множество фактори. 3. Промяна в потребителските нагласи – туристите може да предпочетат индивидуални и самостоятелно организирани пътувания пред групови. 4. Конкуренция от нови играчи – големи международни платформи (Airbnb, Booking) могат да се възползват от кризата и да изместят традиционните туроператори. 5. Икономическа рецесия – намалена покупателна способност на потребителите, което води до по-малко разходи за пътувания.

Глава Трета ИЗСЛЕДВАНИЯ ЗА ЕФЕКТИВНОСТТА НА ПОЛИТИКИТЕ И МЕРКИТЕ ЗА ПОДКРЕПА НА ДЕЙНОСТТА НА ТУРОПЕРАТОРИТЕ В УСЛОВИЯ НА ОГРАНИЧЕНИЯТА, НАЛОЖЕНИ ОТ COVID-19 (СОБСТВЕНИ ПРОУЧВАНИЯ)

Направени са две проучвания за изследване на ефективността на държавните политики и мерки за подкрепа на туроператорите.

- Първо проучване: Изследване на ефективността на държавните политики и мерки за подкрепа на туроператори в страни от ЕС и извън ЕС, проведено през 2021 г..
- Второ проучване: Изследване на ефективността на държавните политики и мерки за подкрепа на българските туроператори, проведено през 2023 г.

Критериално ефективността на ефективни държавни политики (социално-икономически мерки) в подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (ограничения, вкл. пандемии и др.) се детерминира от брой запазени фирми, брой запазени работни места и брой подпомогнати финансово фирми.

3.1. Ефективност на мерките за подкрепа на дейността на туроператори в условия на ограниченията, наложени от COVID-19 през 2020 г. (резултати от проведено анкетно проучване сред туроператори)

Обявената пандемия от COVID-19 засегна в различна степен различните сектори от икономиката, но най-засегнат безспорно е туристическият. През 2020 г. туроператорите в цял свят са изправени пред тежката ситуация на невъзможност за осъществяване на дейността си, поради затворени държави, липса на транспортни връзки, но най-вече липса на клиенти (UNWTO, 2021). В същото време те са подложени на силен натиск от страна на клиенти, депозирали средства при тях за пътувания, които не могат да се реализират. Туроператорите реално не разполагат с тези средства, защото от своя страна те също са ги депозирали, за да гарантират цените за настаняване и транспорт на тези клиенти.

В тази ситуация без държавна подкрепа много туроператори не биха могли да оцелеят. През периода март-юни 2020 г. правителствата в различните държави приемат мерки за подпомагане на туроператорите (European Commission, 2021; Légifrance, 2021; Асенова, М.. 2021). На дневен ред стои въпросът доколко тези мерки са ефективни според самите туроператори.

„За да е ефективна ... туристическата политика трябва да повлияе върху оформянето на рамковите условия на туризма, като комуникира ориентирана към бъдещето визия за това какъв тип развитие е желан. За да може туристическата политика да повлияе рамковите условия и развитието на туризма тя се нуждае от институции и стимули...“ (Keller, P. 1999).

Ефективност се определя като степен на постигане на целите, т.е. до каква степен приетите мерки допринасят за стабилизиране на отделните туроператори.

Методология на изследването

Методология за създаване на извадка

Тема: Изследване на ефективността на мерките за подкрепа на туроператорите в страните от ЕС и извън ЕС през 2020 г. в условията на ограничения, наложени от COVID-19

3.1.1. Методология на извадката

Общ контекст на изследването

Целта на изследването е да се оцени как туроператорските фирми в страни от Европейския съюз (ЕС) и извън него възприемат ефективността на правителствените мерки, приложени през 2020 г. в подкрепа на дейността им по време на пандемията COVID-19.

Извадката включва 122 туроператори от 13 държави (10 от ЕС и 3 извън ЕС), подбрани чрез стратифициран и целеви подход. Размерът на извадката за всяка държава е изчислен при 95% доверителен интервал и 10% допустима грешка. Туроператорите са подбрани от национални регистри и професионални организации, като при недостиг на достъпна информация е приложен методът „снежна топка“.

3.1.2. Генерална съвкупност

Генералната съвкупност обхваща регистрираните туроператорски предприятия, действащи на територията на избрани държави от ЕС и извън ЕС, които са осъществявали реална дейност или са били подложени на прекъсване/ограничаване на дейността си в резултат на пандемията от COVID-19 през 2020 г. Критериите за включване в генералната съвкупност включват: наличие на валиден лиценз за туроператорска дейност към 2020 г., административна регистрация в избраната държава и присъствие на туристическия пазар през 2020 г.

3.1.3. Извадкова стратегия

С оглед на сравнителния характер на изследването е приложен стратифициран и целеви извадков подход. Първичното стратифициране е направено по признак

геополитическа принадлежност – страни от ЕС и страни извън ЕС. Във всяка от тези групи са избрани съответно 10 и 3 държави, прилагайки критериите на:

- географско разнообразие;
- икономическо значение на туризма;
- приложение на сходни политики за подкрепа на туроператори.

В групата на страните от ЕС са включени: България, Франция, Нидерландия, Белгия, Италия, Румъния, Чехия, Испания, Гърция и Малта. В групата на страните извън ЕС са избрани: Швейцария, Русия и Великобритания.

В рамките на всяка държава е формирана **независима подизвадка**, подбрана чрез случаен подбор (ако е налична пълна база от данни) или чрез метода на „снежната топка“ (*snowball sampling*) в случаи на ограничен публичен достъп до национални регистри.

3.1.4. Размер на извадката

Общият целеви размер на извадката възлиза на 122 туроператора.

3.1.5. Критерии за включване и изключване

Критериите за включване и изключване на респонденти са представени в табл. 6.

Табл. 6. Критерии за включване и изключване на респонденти (Yotovskii, 2021)

Критерии за включване	Критерии за изключване
<p>Туроператори, действащи през 2020 г.</p> <p>Седалище в избраната държава</p> <p>Присъствие на пазара в условията на COVID ограничения</p> <p>Достъп до лице с управленски функции в организацията;</p> <p>Готовност за участие в изследването.</p>	<p>Компании, спрели дейност преди пандемията</p> <p>Туристически агенции без лиценз за туроператорска дейност</p> <p>Отговори от неквалифицирани служители (лица без управленски/експертен капацитет в организацията)</p>

3.1.6. Източници на база данни (извадкова рамка)

Основните източници за съставяне на извадката включват:

- Национални регистри на туроператори (напр. Национален туристически регистър – България);
- Списъци от национални и международни туристически асоциации (напр. ЕТОА, ЕСТАА, АВТА, ANAT и др.);
- Лична база данни и лични контакти;
- Онлайн платформи с бизнес профили (при последваща верификация на дейността);
- Преки препоръки от участници (при използване на снежната топка).

3.1.7. Трудности и ограничения

Проучването се проведе през 2021 г., а изследваният период е 2020 г. Това създаваше трудности при необходимостта от допълнителни пояснения и инструкции в комуникацията при първоначалния етап за събиране на информация за прилаганите мерки, някои от които са действали преди 1 година.

Основните ограничения бяха свързани с необходимостта от изцяло онлайн комуникация с анкетираните, поради липсата на събития, провеждани на живо. Личната комуникация лице в лице би спомогнала за получаване на отговори от повече и по-голям кръг респонденти, а също така и за повече допълнителна информация и вторични данни, което би направило проучването по-пълно.

Целта на проучването е оценка от страна на туроператорите на ефективността на мерките за подкрепа на дейността им. Обект на проучването са туроператори от 13 страни в и извън ЕС. Проучването е проведено в периода март-септември 2021 г.

Проучваният период е от началото на обявената пандемия от COVID-19 до края на 2020 г. По презумция всички мерки, прилагани предишната година са приключили действието си към началото на м. март 2021 г. и анкетирания следва да имат обективно мнение за тяхната ефективност. Анкетирани са собственици или представители на висшия мениджмънт, които имат поглед върху цялостното състояние и дейност на фирмата. Предметът на проучването е ефективността на мерките и политиките на държавно ниво и на ниво ЕС за подкрепа на дейността на туроператорите. Подари малкия брой получени отговори, проучването не може да се приеме като представително. Въпреки това резултатите от него в голяма степен отразяват гледната точка на представителите на туроператорските фирми за ефективността на мерките и политиките, приети от властите в различните страни за подпомагане на дейността им.

Проучването е проведено на седем основни етапа:

1. Проучване на наличната информация за политики и мерки за подкрепа на туроператори. Търсена е информация за основни пазари за входящ и изходящ туризъм. Проучени са политиките на 50 основни туристически пазара. На база налични официални публикации, даващи достатъчно информация за прилагане на държавни политики за подкрепа на туроператори са селектирани 25 държави, които да бъдат проучени на този етап.
 - Изготвяне на списък за интервюиране на представители на туроператори от подбраните 25 държави и провеждане на полуструктурирано интервю по Skype, Viber, WhatsApp и ел. поща, проведено през м. март-април 2021 г. На този етап са проучени мерките и политиките за подкрепа на дейността на туроператорите в различните страни.
 - Сравнителен анализ на мерки и политики за подкрепа на дейността на туроператорите от 25 различни държави. На този етап е определен териториалния обхват на проучването и в частност кои страни да бъдат изследвани. Критерият е във всички тези страни да са прилагани еднакви мерки и политики за подкрепа на дейността на туроператорите, за да бъдат те сравними при обработката на резултатите. На базата на анализа е изготвен унифициран въпросник, който е изпратен до представители на туроператорски компании. Анализът показва, че унифицирана анкета е възможно да се направи за 13 държави (10 от ЕС – България, Франция, Нидерландия, Белгия, Италия, Румъния, Чехия, Испания, Гърция и Малта и три звън ЕС – Швейцария, Русия и Великобритания).
 - Създаване на анкета в Google Forms на английски език и изпращане до респонденти от избраните 13 страни на база предварително изготвен мейлинг лист. В мейлинг листа са включени малки, средни и големи туроператори, предлагащи различни видове туризъм, както приемачи, така и изпращачи туристи. В анкетата въпросите са групирани както следва: за профила на анкетиранияте фирми; за сравнение на дейността им преди пандемията и през първата година от нея; за мнение за ефективността на мерките и цялостната държавна политика за подпомагането им; за наблюдавани промени в потребителското търсене и тяхната дейност. (Анкетата е преведена и на руски език, поради затруднения на респондентите да отговарят на английски език на въпросите.)
 - Изпращане на анкетата до респондентите (през м. юли 2021 г.) и периодично препращане до тези, които не са изпратили отговор.
 - Последваща комуникация с респондентите за изказване на благодарности за попълването на анкетата и доуточняващи въпроси, когато това е наложително за целите на проучването.

- Обработка на данните. За обработката на затворените въпроси е използвана програмата SPSS. Отговорите на отворените въпроси са анализирани без използване на софтуер.

В таблица 7 са показани броят на изпратените анкети и броят на получените отговори по държави.

Табл. 7. Изпратени анкети и получени отговори по държави ; Йотовски, 2022.

Държава	Брой изпратени анкети	Брой получени отговори
България	39	10
Франция	29	12
Италия	42	25
Нидерландия	27	6
Белгия	30	6
Румъния	48	5
Чехия	21	9
Испания	30	5
Гърция	39	9
Малта	20	7
Швейцария	20	5
Русия	30	13
Великобритания	31	10
ОБЩО	406	122

От общо отговорилите 122 респонденти, 94 (77%) са от ЕС, а 28 (23%) са от страни извън ЕС.

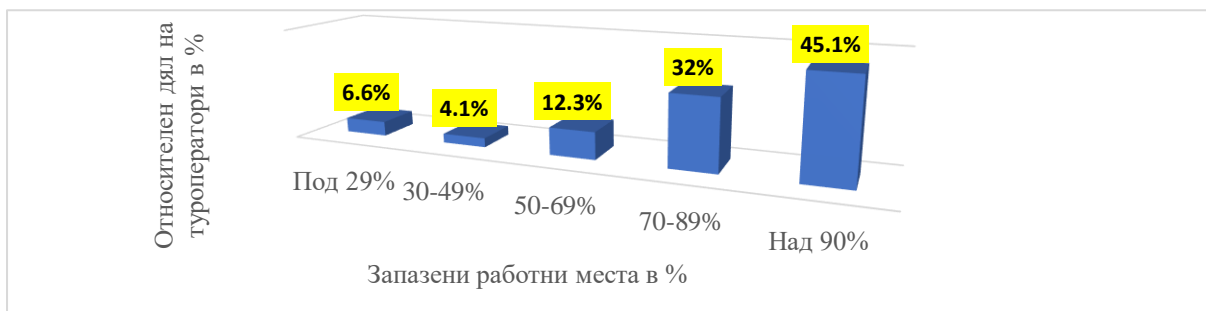
По-голяма част от фирмите (с относителен дял 45%) съществуват от 11 до 20 години. По-малко са представителите на фирми, съществуващи от 6 до 10 години (с относителен дял 15%), от 21 до 30 години (21%), над 30 години (17%). Само 3 от респондентите (2%) са представители на фирми, регистрирани преди по-малко от 5 години.

Абсолютно равен е броят на туроператорите, осъществяващи изходящ и входящ туризъм – по 76 отговора (62,3%). По-малък брой – 51 туроператори (с относителен дял 41,8%) предлагат вътрешен туризъм. (Сборът на процентите надвишава 100, защото респондентите могат да посочат повече от един отговор.) Само входящ туризъм предлагат 25% от анкетираните, само изходящ 23%.

Най-много от компаниите предлагат културен туризъм, следван от бизнес туризъм. Най-чести са съчетанията от културен и бизнес туризъм (25 % от всички отговори) и културен туризъм и морски почивки (20 % от всички отговори).

Всички интервюирани компании попадат в категорията „малки предприятия“ (с персонал по-малък от 50 души), а 16% от тях са в категорията „микропредприятия“ (с персонал по-малък от 10 души). В този смисъл всички от тях са имали възможност за кандидатстване по програмите за подпомагане на МСП.

Фигура 12 показва запазените работните места (в %) във фирмите към 31.12.2020г. спрямо 31.12.2019 г.



Фиг 12. *Относителен дял в % на запазените работни места в туроператорските фирми през 2020 г. (спрямо 2019 г.)*

Източник: Собствени данни

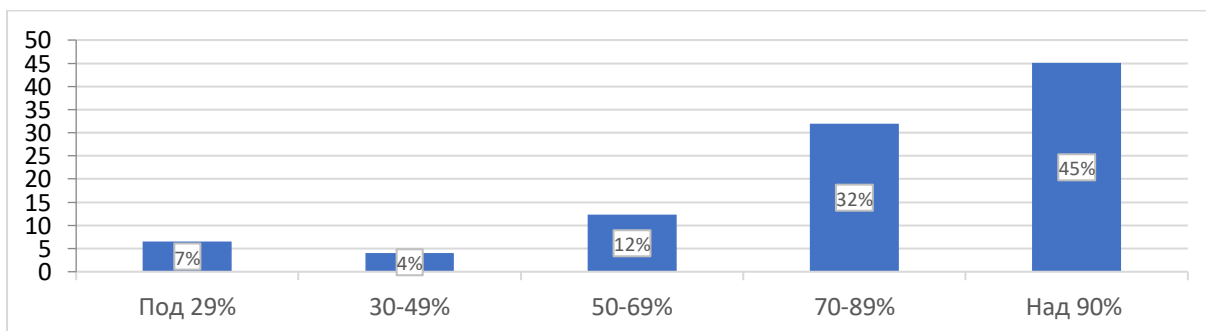
Като положителен може да се отчете фактът, че туроператорите са успели да запазят по-голяма част от персонала си. Над 45% от отговорилите са запазили повече от 90% от служителите си. Едва 10,7% от тях са запазили под 50% от служителите си. Запазването на голяма част от работните места може да се отдаде на мерките и помощите за запазване на работещите в бранша, въведени в различните страни.

След анализ на отговорите на този въпрос могат да бъдат направени някои интересни констатации:

- Всички интервюирани компании извън ЕС (с изключение на един туроператор от Великобритания) са запазили над 50% от служителите си, а 72% от тях са запазили над 90%. От компаниите в ЕС 13% успели да запазят по-малко от половината си служители, а 7,44% са запазили под 29%. От компаниите в ЕС 38% са запазили над 90% от служителите си.
- Всички от анкетираните туроператори от Белгия, Нидерландия, Гърция, Испания, Русия и Румъния са запазили над половината си служители, а всички от Швейцария над 90% от работещите.
- Няма ясно изразена зависимост между общия брой на персонала към 31.12.2019 г. и процента от запазените работни места към 31.12.2020 г. Т.е. процентът на запазените работни места не зависи от големината на компанията (по отношение на общ брой служители).

По брой на обслужените туристи за 2019 г. туроператорите са разпределени както следва: 2 фирми са обслужили над 15000 туристи; 39 или от туроператорите са обслужили между 10 000 и 14999 туристи, 46 са обслужили между 5000 и 9999 туристи, 29 между 3000 и 4999 туристи, 2 между 1000 и 2999 туристи и съответно 4 под 1000 туристи.

През 2020 г. близо 90% от интервюираните туроператори са реализирали спад с над 50% от обслужените туристи в сравнение с 2019 г. (фиг. 13).



Фиг 13. *Относителен дял в % на туроператорите, реализирали спад в обслужените туристи през 2020 г. в сравнение с 2019 г.*

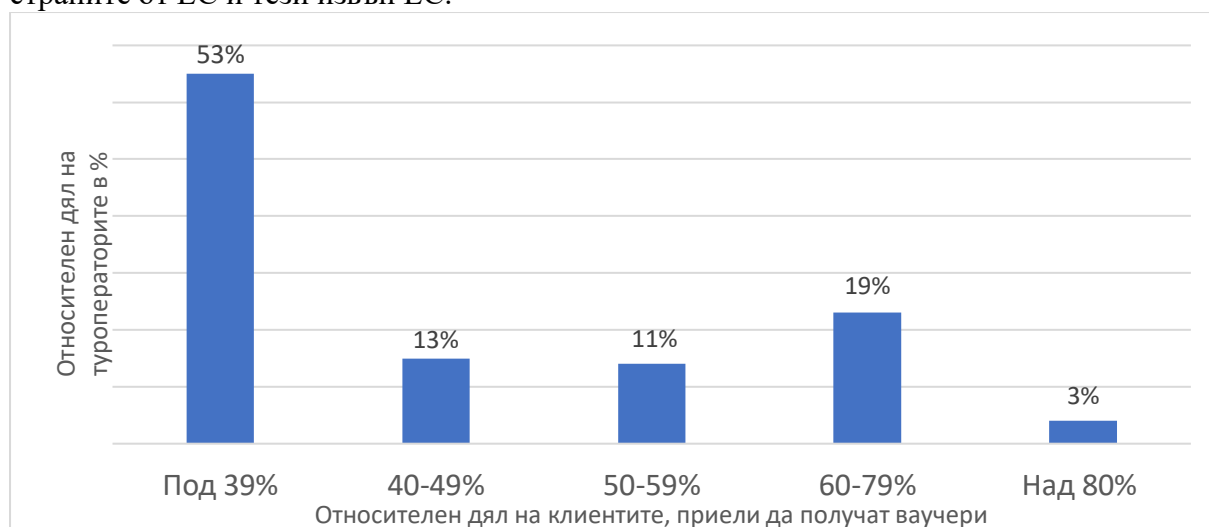
Източник: Собствени данни

Най-много (45%) от туроператорите са реализирали спад от над 90% от броя на обслужени туристи. 77% от всички анкетирани туроператори са реализирали спад между 50% и 89%.

Наложените мерки за ограничение на разпространението на COVID-19, затворените граници и въведените локдауни във всички изследвани страни водят до сериозен спад в реализираните обороти на туроператорите през 2020 г. спрямо 2019 г. 93% от анкетираните са отбелязали, че имат спад на оборота между 50 и 90%.

След направен обстоен анализ на резултатите може да се твърди, че намалението на оборотите на компаниите няма пряка връзка с големината на компанията, предлаганите видове туризъм, страната, в която тя е регистрирана и пазарите, на които работи. Кризата се е отразила по различен начин на различните туроператори по отношение на намаляване на оборота вследствие на обявената пандемия от COVID-19.

Фигура 14 дава информация за относителния дял на клиентите, приели да получат ваучери срещу заплатени депозити за неосъществени пътувания. Повече от половината интервюирани туроператори са посочили, че под 39% от клиентите им са приели да получат ваучери. При този показател не се наблюдават съществени разлики между страните от ЕС и тези извън ЕС.



Фиг 14. *Относителен дял в % на клиентите, приели да получат ваучери срещу заплатени депозити за неосъществени пътувания*

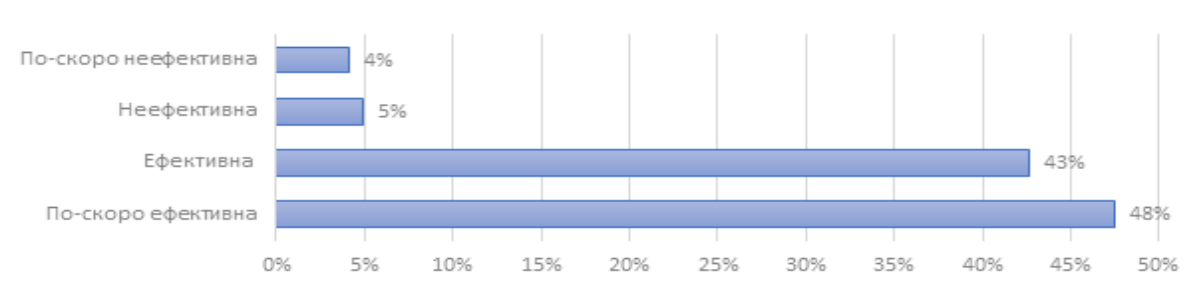
Източник: Собствени данни

Резултатите от проучването показват, че малка част от клиентите са приели ваучер. Опитите да се стигне до споразумение за получаване на ваучери срещу предплатени и нереализирани пътувания в така създалата се кризисна ситуация е процес, свързан с трудни решения от страна на клиентите. За това на по-късен етап в много страни се отпускат безвъзмездни помощи за туроператори, които целево да бъдат използвани за възстановяване на депозити на техни клиенти за нереализирани пътувания.

Над 45% от интервюираните компании не са се възползвали от кредити (88% от тях са компании с персонал до 20 служители, а 2/3 от тях са с по-малко от 10 служители). Според данните от проучването малките фирми не са разчитали на кредитиране за справяне с кризата. Това най-вероятно се дължи на по-малките им текущи разходи, които фирмите са преценили, че биха могли да поемат със собствени средства и преки държавни помощи и не е необходимо да ползват ликвидни средства под формата на кредити. Делът на туроператорите, които са ползвали и безлихвени и нисколихвени кредити е 26% (основно големите туроператори с персонал над 20 служители, занимаващи се предимно с изходящ туризъм). Депозитите, предплатени към авиокомпаниите, хотели и др. доставчици са принудили тези туроператори да ползват

кредити, за да си осигурят достатъчно ликвидни средства. Също 26% са тези, които са ползвали безлихвени кредити, като за тях е трудно да се направи обобщен профил. Решението за ползване на безлихвен кредит по-скоро може да се приеме като индивидуално за мениджмънта на различните туроператори. Много нисък е процентът на фирмите, които са ползвали само нисколихвени кредити. Вероятното обяснение е, че те не са получили възможност за получаване на безлихвени кредити.

Много важна мярка за запазване на работни места е приетата схема, придобила популярност като „60/40“, а в последствие „80/20“. По този начин държавата стимулира работодателите да запазят персонала, поемайки 60 или 80% от осигурителния доход и осигурителните вноски на всички техни служители. Тази мярка е приета много положително от туроператорите (фиг.15.).

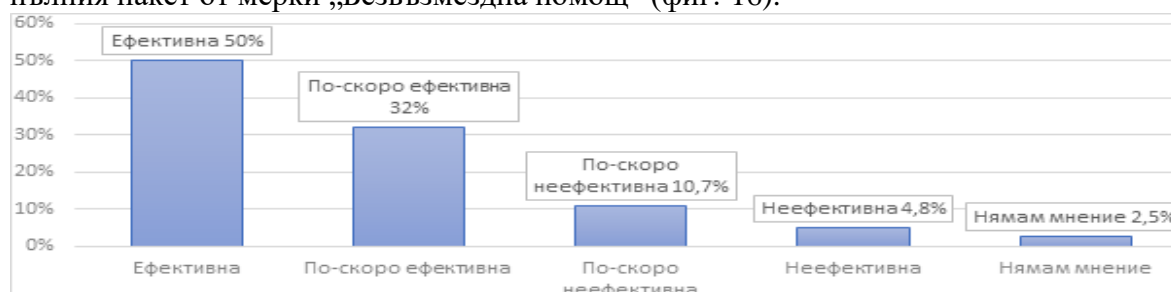


Фиг. 15. Ефективност на мярката за запазване на работни места;
Източник: Собствени данни

Голям брой от туроператорите оценяват мярката като по-скоро ефективна или ефективна. Делът на тези туроператори е 91% . Въпреки това правят впечатление някои интересни факта:

- по-висок процент от анкетираните окачествяват мярката като „по-скоро ефективна“, отколкото като „ефективна“;
- „по-скоро ефективна“ е отговор, даван предимно от големи туроператори, с над 20 служители. 78% от така отговорилите са представители на големи туроператори;
- за малките туроператори с персонал под 20 служители, мярката е „ефективна“. 81% от така отговорилите са представители на малки туроператори;
- за близо 10% от отговорилите тази мярка е „по-скоро неефективна“ или „неефективна“;
- всички туроператори, окачествили мярката като „неефективна“ са запазили под 29 % от служителите си.

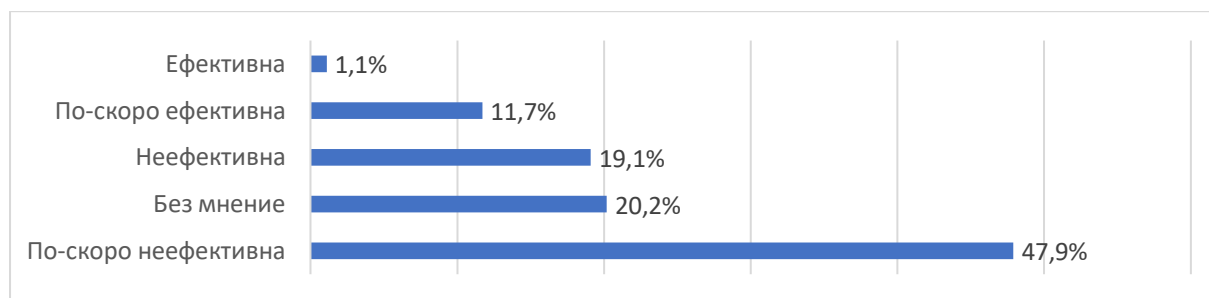
Най-важният въпрос е свързан с мнението на туроператорите за ефективността на пълния пакет от мерки „Безвъзмездна помощ“ (фиг. 16).



Фиг. 16. Ефективност според туроператорите на пакета от мерки
„Безвъзмездна помощ“ (на ниво държава)
Източник: Собствени данни

Пакетът „Безвъзмездна помощ“ е оценен като ефективен от половината от отговорилите (61 туроператори). Всички анкетирани фирми от страните извън ЕС определят пакета от мерки като ефективен. Едва 35% от туроператорите от ЕС, определят мерките като ефективни. Като към тях прибавим и тези, които ги оценяват като „по-скоро ефективни“, относителния дял на даващите положителна оценка на пакета от мерки (от ЕС) нараства на 76,6%. Само 20,2% от тях в различна степен отговарят, че мерките са неефективни.

Оценки за ефективността на политиката на ЕС за подпомагане на туроператорите дават само туроператори, регистрирани на територията на ЕС. Получените резултати са представени на фигура 17.

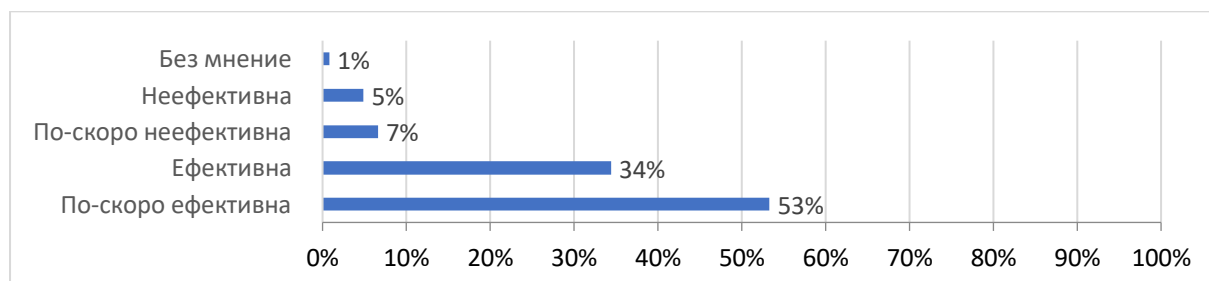


Фиг. 17. Оценка за ефективността на политиката на ЕС за подпомагане на туроператори

Източник: Собствени данни

Туроператорите от ЕС не окачествяват общоевропейската политика за тяхното подпомогне като „ефективна“. 47,9% от тях я определят като „по-скоро неефективна“, а 19,1% като „неефективна“. Висок процент (20,2%) нямат мнение за ефективността на политиката на институциите от ЕС за подпомагане на туроператорите. Този висок процент може да бъде обяснен с липсата на комуникация от страна на европейските институции по отношение на тяхната политика към туроператорите. Само 11,7% от отговорилите оценяват общоевропейската политика като „по-скоро ефективна“, а една фирма я оценява като „ефективна“. В този смисъл може да се направи заключението, че общоевропейската политика за защита на туроператорите остава ниско оценена, непопулярна или недоразбрана към момента на провеждане на проучването.

Мнението, относно ефективността на правителствената политика за подпомагане на туроператори е представено на фиг 18. Оценки дават всички респонденти – от ЕС и извън ЕС.

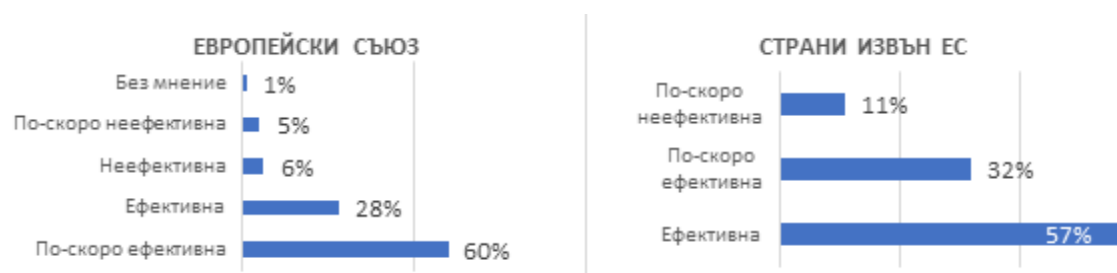


Фиг 18. Оценка за ефективност на правителствената политика за подпомагане на туроператори

Източник: Собствени данни

Правителствената политика за подпомагане на туроператорите е много по-високо оценена. Това важи и за туроператорите от ЕС и тези извън ЕС. При обобщение на

результатите от всички отговори става ясно, че 53,3% окачествяват правителствената политика като „по-скоро ефективна“ и 34,4% като „ефективна“. Само 11,5% в различна степен не приемат политиката на правителствата като неефективна. Тук възниква въпроса дали има съществени различия в оценките на туроператорите от ЕС и извън съюза (фиг. 19).



Фиг. 19. Оценка на туроператорите за ефективността на държавната политика в страните от ЕС (вляво) и извън ЕС (вдясно)

Източник: Собствени данни

При сравнителния анализ прави впечатление еднакъв процент на отговорилите, оценяващи правителствената политика като „по-скоро ефективна“ и „ефективна“. Сборът на тези отговори за туроператорите от ЕС е 88%, а на тези извън ЕС 89%. Наблюдават се съществени разлики между отговорите от страните от ЕС и тези извън ЕС. Два пъти по-голям процент от туроператорите извън ЕС смятат правителствената политика за подпомагането им като „ефективна“ в сравнение с техните колеги от ЕС (57% спрямо 28%). От друга страна два пъти по-висок процент от туроператорите от ЕС окачествяват правителствената политика като „по-скоро ефективна“ в сравнение с тези извън ЕС (60% спрямо 32%). Нито един туроператор от страните извън ЕС не определя правителствената политика като „неефективна“.

Тъй като мнението на туроператорите за ефективността на правителствената политика е един от най-важните въпроси от проучването, той бе засегнат в голяма степен при последващите интервюта. Туроператорите от ЕС, които не окачествяват правителствената политика като „ефективна“ посочват закъснения в приемането на мерките за подпомагане на туроператорите. Като основна причина за това забавяне те определят тежките процедури за одобрение на различни схеми на финансиране, повечето от които трябва да бъдат съгласувани с европейските институции. По време на интервюта с туроператорите от ЕС се налага мнението, че няма последователност в мерките за подпомагането им и те остават с впечатление, че се работи без стратегия и надграждане на тези мерки. Все пак се отчита добрата общеевропейска и правителствена политика за подпомагане на големи групи от засегнати икономически субекти - този подход се определя от фирмите като по-удачен от секторния. Като добри примери са посочени схемите за подпомагане на малките и средни предприятия (МСП), схемите за запазване на работни места и др. Туроператорите извън ЕС също споделят мнение за липса на последователност при приемането на мерки за подпомагането им. Въпреки това те смятат, че правителствата им са успели да създадат ефективни механизми, които са им помогнали в трудната за бранша ситуация.

Изводи

Въпреки сложната ситуация, в която се намират туроператорите през 2020 г. (поради забрани за пътувания, причинени от обявената пандемия) до масови фалити не се стига. Голяма роля за предотвратяването на такива играе държавната подкрепа. Мнението на туроператорите е, че въпреки някои несъвършенства и забавяния, мерките, предприети за тяхното подпомагане са ефективни.

Поради по-дългите срокове за одобрение и съгласуване, в страните от ЕС има леко забавяне в приемането на тези мерки. Благодарение на по-големия набор от инструменти и по-голям финансов ресурс, с които ЕС разполага това забавяне е компенсирано и ефективността на мерките не намалява. Общоевропейските мерки за подпомагане на туроператори, главно поради недобра комуникация, остават не особено популярни сред туроператорите.

През 2020 г. държавните институции са действали ефективно за подпомагане на сектора (според мнението на туроператорите). Това е добра индикация за работата на институциите, отчитайки факта, че ситуацията на пандемия не позволява контрол, а и липсват добри практики и предишен опит за адекватен отговор на кризата.

Наред с чисто икономическите аспекти, много важен е и социалният аспект на мерките за подпомагане на туроператорите. Запазването на голяма част от работните места в условията на тежка криза в сектора е още един важен индикатор за ефективността на държавната политика.

Въвеждането на единен Здравен сертификат за пътуване в рамките на ЕС дава нови възможности за туроператорите да увеличат броя на клиентите си.

3.2. Ефективност и ефикасност за подкрепа на дейността на българските туроператори в условията на ограничения, наложени от COVID-19 (Резултати от проведено анкетно проучване сред български туроператори)

Методология на извадката

Оценка на български туроператори за ефективност и ефикасност на държавните мерки в подкрепа на дейността им в условията на COVID-19

Извадката е стратифицирана и целева, съставена от 104 туроператора, регистрирани в Националния туристически регистър. Стратификацията е по регион и размер на бизнеса. Подборът е извършен чрез случаен избор от рамката на НТР, с допълнителна верификация на оперативната дейност. Извадката е представителна за 95% доверителен интервал и 5% допустима грешка.

3.2.1. Общ контекст на изследването

Целта на изследването е да се оцени как българските туроператори възприемат ефективността и ефикасността на предприетите от държавата мерки за подкрепа на дейността им по време на ограниченията, наложени от пандемията COVID-19. Фокусът е поставен върху реалната оценка от страна на бизнеса спрямо конкретни интервенции, предприети в периода 2020 - 2023 г. – като финансови стимули, облекчения, субсидии, схеми за заетост и административни улеснения.

Изследването има приложно и диагностично значение, тъй като предоставя обратна връзка за ефективността и ефикасността на държавната политика от гледна точка на ключов икономически сектор, засегнат сериозно от пандемичната криза.

3.2.2. Генерална съвкупност

Генералната съвкупност включва всички регистрирани и действащи туроператори в България към 2023 г. според официалния регистър на Министерството на туризма. В съвкупността попадат както малки и средни фирми, така и големи компании, чиято дейност е директно засегната от въведените противоепидемични ограничения.

Критериите, които са приложени за принадлежност към генералната съвкупност са, както следва:

- туроператор с валидна регистрация, фигуриращ в Националния туристически регистър на Министерство на туризма;
- оперативна дейност през 2020 г.;
- адресна регистрация на територията на Република България.

3.2.3. Тип на извадката

С оглед на спецификата на сектора и достъпността на пълната популация, е приложен целенасочен извадков подход, комбиниран със снежна топка (snowball sampling), за да се достигне до по-широк кръг участници.

Обосновка на избора:

- Туроператорският сектор е ограничено по обем поле (около 3200 лицензирани субекта през 2020 г.).
- Почти всички от предприятията са микро- и малки фирми.
- Някои туроператори са временно преустановили дейност или имат издадена заповед за заличаване, но фигурират в НТР, поради което не е приложима проста случайна извадка.

3.2.4. Размер на извадката

Извадката е стратифицирана и целева, съставена от 104 туроператора, регистрирани в Националния туристически регистър. Стратификацията е по регион и размер на бизнеса. Подборът е извършен чрез случаен избор от рамката на НТР, с допълнителна верификация на оперативната дейност. Извадката е представителна за 95% доверителен интервал и 5% допустима грешка.

3.2.5. Критерии за включване и изключване

Критерии за включване	Критерии за изключване
Фирмата да е регистриран туроператор по Закона за туризма; Да е функционирала или да е била засегната от COVID-пандемията през периода 2020 - 2023 г.; Отговорът да е предоставен от управител, мениджър или друг компетентен представител.	Туристически агенции без регистрация за туроператор; Фирми, които не са упражнявали дейност през изследвания период; Отговори, съдържащи очевидни несъответствия или непълна информация.

3.2.6. Подбор и достъп до респонденти

Списък с лицензирани туроператори от Националния туристически регистър на Министерството на туризма. Допълнителни контакти са осигурени чрез:

- Членове на Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти (АБТТА);
- Браншови обединения и туристически форуми;
- Препоръки чрез *snowball sampling* – участници препоръчват други фирми от сектора;
- Онлайн канали (имейли, сайтове, социални мрежи и др.).

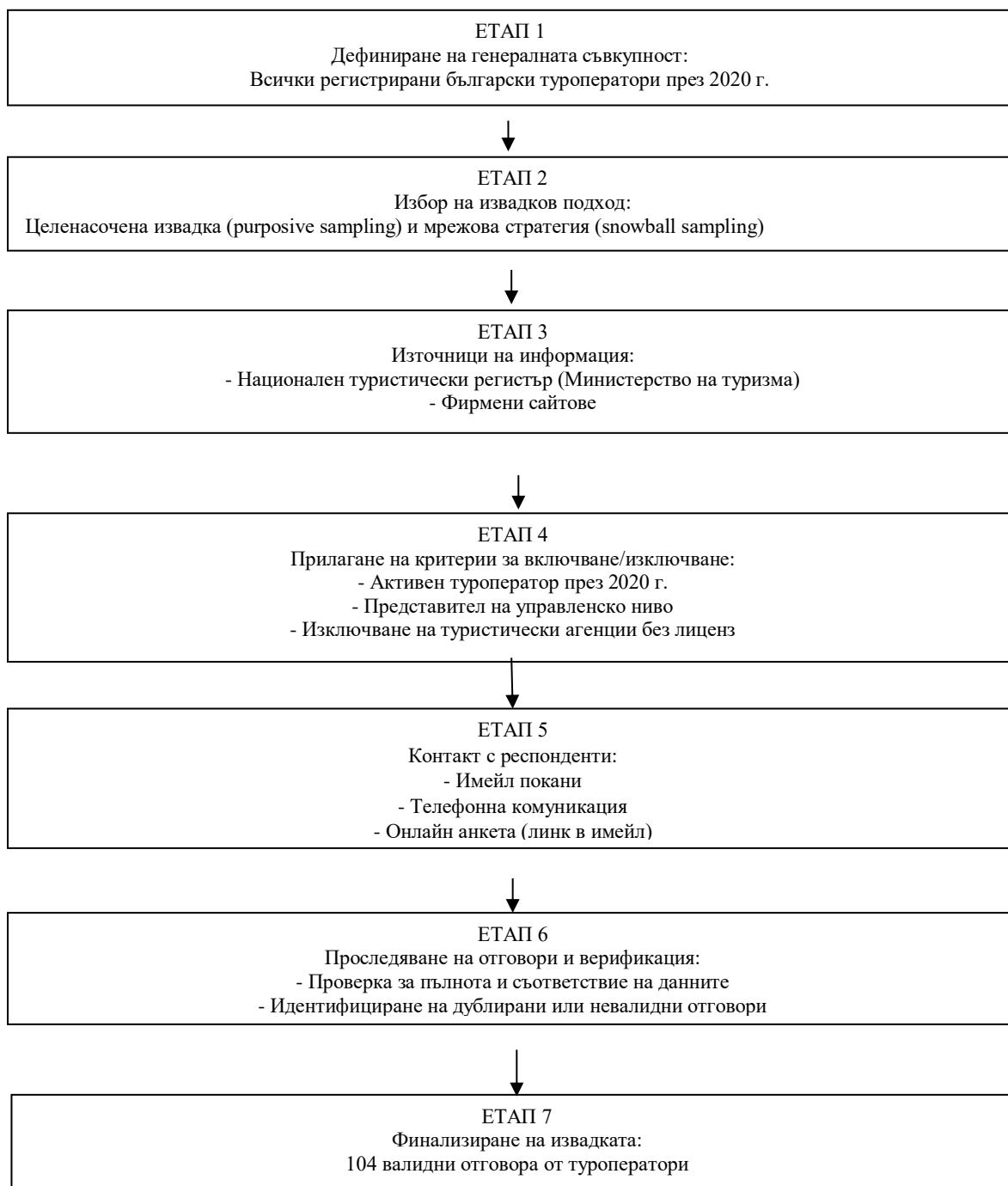
Контакт с участниците е осъществен чрез имейл покани с линк към онлайн анкета, допълнен в някои случаи с телефонно обаждане с разяснение на целта на изследването.

3.2.7. Представителност и валидиране

Въпреки че не е приложена пропорционална стратификация по региони, сектор или оборот, е осигурено разнообразие в типа, големината и портфолиото на включените туроператори. Данните са сравнени със статистически справки от Министерство на туризма и Националния туристически регистър по броя на регистрираните туроператори по области.

3.2.8. Обобщение за включване в анализа

Извадката включва 104 български туроператори, при прилагане на ясно дефинирани критерии за включване.



Фиг. 20. *Хронологичната последователност на етапите при формиране на извадката*

3.2.9. Трудности и ограничения

Трудностите при провеждане на проучването бяха свързани с трудната събираемост на отговори от респондентите. Въпреки многократните напомнания, броят на получените отговори не беше задоволителен. До известна степен това се дължеше на факта, че проучването се проведе в активен за туризма сезон в условия на повишено туристическо търсене.

Ограниченията произхождаха от липсата на електронна поща или грешна или неактуална такава на част от туроператорите в НТР на Министерство на туризма. В някои от случаите анкетата не достигаше до мениджърския екип на респондентите, който е целевата група на проучването. В тези случаи се налагаше допълнителна комуникация.

3.2.10. Обект, период, предмет и метод на проучването.

Обект на проучването са туроператори от България. Анкетирани са собственици или представители на висшия мениджмънт, които имат поглед върху цялостното състояние и дейност на фирмата.

Периодът на проучването е 24.07 - 24.09. 2023 г.

Предметът на проучването са ефективността и ефикасността на мерките и политиките на държавно ниво и на ниво ЕС за подкрепа на дейността на българските туроператори.

Методът на провеждане е анкета в Google Forms и изпращане до респонденти по предварително изготвен мейлинг лист.

Изпратени са 423 покани за попълване на анкетата. Получени са 104 отговора.

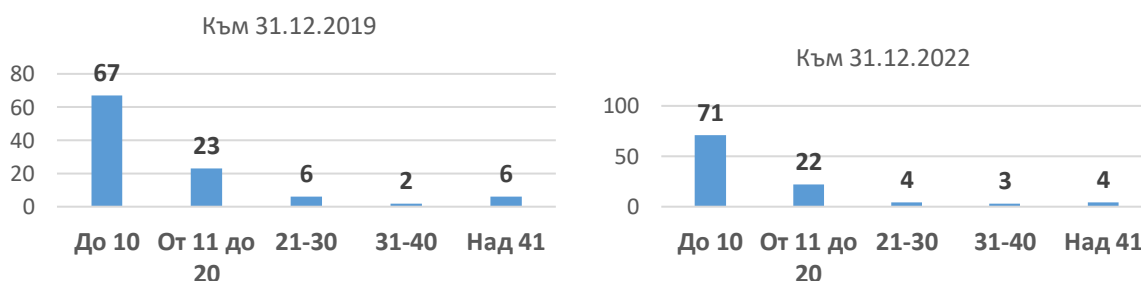
Към периода на проучването в страната има общо 3227 фирми, притежаващи регистрация за туроператор (в т.ч. и тези, притежаващи регистрация за туроператор и турагент). Към края на м. юли 2020 г. техният брой е 3302.

3.2.11. Резултати от проучването

От получените 104 отговора, около 64% са регистрирани в София. Голяма част от тях имат офиси и в други български градове. Това важи и за повечето туроператори, регистрирани в областни градове.

Значителна част от анкетираните са туроператори, които са утвърдени в страната и са на пазара повече от 10 години. Повече от 50% от тях са работили по време на финансовата криза през 2008-2009 г. и са продължили дейността си. Съществуването им през 2023 г. показва, че те са преодолели и пандемията от COVID-19 и продължават работа.

Повече от половината от анкетираните предлагат само изходящ туризъм. 27.9% предлагат входящ (вкл. вътрешен) и изходящ туризъм, но при всички тях обемът на изходящия туризъм превишава значително обема на входящия. Само с входящ (вкл. вътрешен) туризъм се занимават под 1/5 от анкетираните, като по-голяма част от тях са регистрирани извън София.



Фиг. 21. Разпределение на туроператорите по брой служители към 31.12.2019 г. и към 31.12.2022 г.

Източник: Собствени данни

По отношение на броя служители се наблюдава интересна динамика между 2019 г. и 2022 г. Няма нито един туроператор, който е увеличил броя на служителите си през този период.

От туроператорите с над 41 служители, един отговаря, че към края на 2022 г. има между 31 и 40 служители и един от 21 до 30 служители.

Двата туроператора с 31-40 служители през 2019 г. остават в същата категория по брой служители.

Три от туроператорите с 21-30 служители през 2019 г. през 2022 г. вече имат 11-20 служители. Това са половината от отговорилите.

При туроператорите с 11-20 служители през 2019 г. четири преминават в категорията 1-10 служители.

От най-малките туроператори до 10 служители, всички остават в тази група.

За обобщение и анализ на резултатите от проучването е рационално туроператорите да бъдат класифицирани в 3 групи. Критерий за тази класификация е броят на служителите им през 2019 г. За целта най-големите от 21 до 30 служители, от 31 до 40 служители и тези с над 41 служители се обединяват в една група. Като абсолютен брой те са най-малко, но в същото време това са големи туроператори и важен фактор за проучването.

Трите групи за анализ на резултатите са:

Малки туроператори – с до 10 служители през 2019 г.

Средни по големина туроператори – от 11 до 20 служители през 2019 г.

Големи туроператори – с над 21 служители през 2019 г.

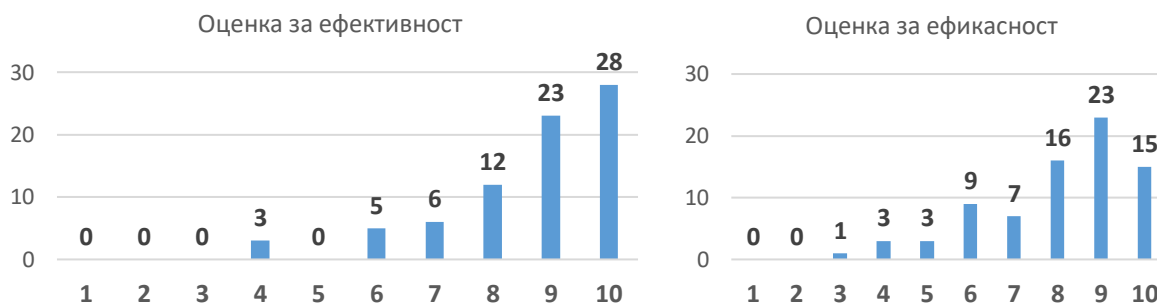
Мерки за осигуряване на оперативен капитал:

Осигуряване на оперативен капитал – 1 фаза

Кандидатствали - 842 / Одобрени - 720 / от които 492 туроператори/ / Неодобрени - 82

Ефективност и ефикасност на Процедура BG16RFOP002-2.092 (фиг. 22).

Средна оценка за ефективност – 8.8 от 77 отговора Средна оценка за ефикасност – 8.2 от 77 отговора



Фиг. 22. Ефективност и ефикасност на Процедура BG16RFOP002-2.092

Източник: Собствени данни

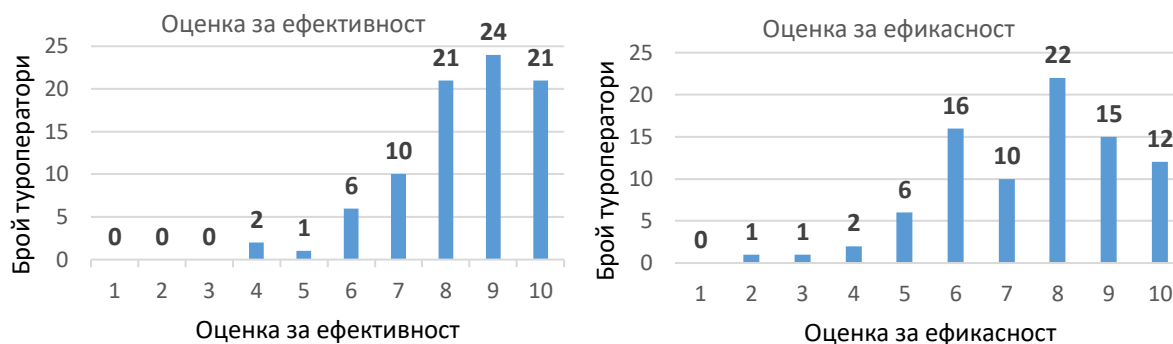
Ефективността на процедурата е високо оценена от анкетираните. Над 36% от тях дават максимална оценка за ефективност. Всички те са от малките и средни по големина туроператори. Само един от тях дава оценка 4, което по-скоро може да се приеме като изключение или емоционален отговор, в резултат на други фактори.

От това може да се заключи, че при малките и средни по големина туроператори мярката има висока ефективност на прилагане. Най-големите по отношение на броя на работещите оценяват ефективността значително по-ниско. Тези оценки показват, че те откриват дефицити по този показател при въвеждането на мярката.

Това е първата мярка за подпомагане на туроператори от страна на държавата. Целта ѝ, а именно осигуряване на оперативен капитал за справяне с последиците от кризата не е обвързана с конкретни параметри и не може да се измери степента на постигането ѝ. Чрез мярката около 1/5 от българските туроператори са получили такива средства. По-високите оценки за ефективност от страна на малките и средни по големина туроператори могат да се обосновават със значително по-малките им разходи за персонал, офиси и поддръжка на онлайн системи. Резервите от страна на големите туроператори са свързани основно с техните притеснения към момента, че предвид ситуацията, в която те не могат да упражняват дейността си, подходът на мярката не предполага осигуряване на оперативен капитал в степен, която би гарантирала оцеляването им. Предвид много по-големия брой малки и средни по големина туроператори в сравнение с големите на пазара, от високата средна оценка за ефективност, може да се направи извода, че мярката има висока степен на ефективност по мненията на туроператорите в България.

Осигуряване на оперативен капитал – 2 фаза

Средна оценка за ефективност – 8.4 от 85 отговора Средна оценка за ефикасност – 7.5 от 85 отговора



Фиг. 23. Ефективност и ефикасност на Процедура BG-176789478-2021-05 (Осигуряване на оперативен капитал – 2 фаза)

Източник: Собствени данни

Кандидатствали - 2220/ Одобрени – 1410 /от които 405 туроператори/ / Неодобрени – 810 (от всички кандидати)

Както при първата фаза, оценките за ефективност са най-високи при малките и средни по големина туроператори и намаляват с увеличаване на броя на служителите, съответно големината на туроператорите. Средно ефективността на мярката е оценена малко по-ниско от първата фаза, което идва от по-ниските оценки, дадени от малките и средните по големина туроператори. При най-големите средната оценка е по-висока в сравнение с тази от първата фаза. Увеличението на помощта от 10 на 20% от оборота през 2019 г. е основната причина големите туроператори да дадат по-висока средна оценка на мярката.

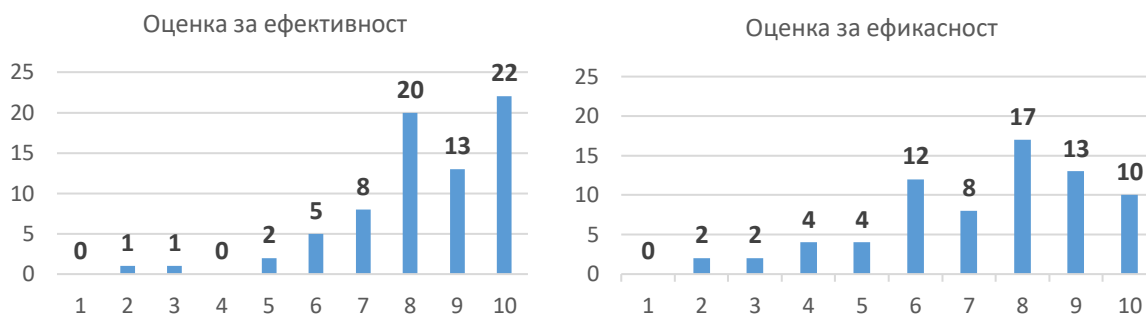
И тук разликите в средните оценки на трите групи туроператори са в малък диапазон, както и при първата фаза. Интересното при тези оценки е, че в сравнение с първата фаза на мярката, където големите туроператори оценяват по-високо ефикасността, спрямо по-малките, тук наблюдаваме обратна тенденция. Тази тенденция може да бъде обяснена отново с включването на други субекти от туристическия сектор в схемата за подпомагане, които в много по-голяма степен имат възможност да упражняват дейността си и нямат толкова голяма нужда от осигуряване на оперативен капитал. Основно се визират хотелиери и ресторантьори, на които се налага да прекратят дейността си за много по-кратки периоди. За разлика от туроператорите, които почти напълно са прекратили дейността си, поради забрани за пътувания и нежеланието от техните клиенти за осъществяването на такива, хотелите и ресторантите остават отворени (с изключение на пълните локдауни), а през останалите периоди на пандемията не губят толкова голяма част от клиентите си. Те в много по-малка степен имат предплатени суми към доставчици, за които няма сигурност кога и как биха били върнати или усвоени.

Осигуряване на оперативен капитал – 3 фаза

Кандидатствали - 3180/ Одобрени – 2683 (от които 653 туроператори) / Неодобрени – 497 (от всички кандидати)

Ефективност и ефикасност на Процедура BG-176789478-2021-06 (фиг. 24)

Средна оценка за ефективност – 8.3 от 72 отговора Средна оценка за ефикасност – 7.3 от 72 отговора



Фиг. 24. Ефективност и ефикасност на Процедура BG-176789478-2021-06 (Осигуряване на оперативен капитал – 3 фаза)

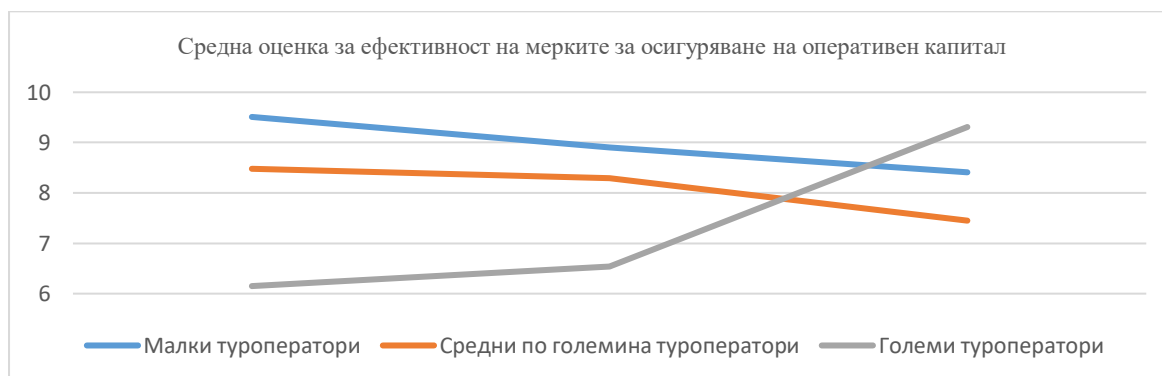
Източник: Собствени данни

Тази мярка повтаря предишната по отношение размера на помощта, общия бюджет и туристическите субекти, участващи в схемата за подпомагане. По тези показатели двете мерки са напълно сравними. За тази цел е интересно оценките да бъдат анализирани. В случая ако върху ефективността влияят единствено горепосочените показатели, оценките следва да са аналогични. Но резултатите показват друго. Средната оценка за ефективност е аналогична, но е видно, че тя е получена при по-различни оценки, дадени от различните групи туроператори. При най-малките туроператори не се наблюдава значителна разлика в оценките между двете фази. При тях всички оценки са между 6 и 10, което означава, че като цяло те оценяват високо ефективността на мярката.

При другите две групи има сериозни разлики. При средно големите туроператори най-високите оценки между 8 и 10 са 2 пъти по-малко, отколкото при предишната фаза на мярката. Най-ниските оценки между 2 и 5 са дадени точно от тази група туроператори. Те са 2 пъти повече в сравнение с предишната фаза. От това следва, че при две съпоставими фази на една и съща мярка, нейната ефективност за средните по големина туроператори е различна. Броят на туроператорите от тази група в извадката е най-голям и затова е необходимо да се обърне внимание на разликите в структурата на оценките им. По-ниско оценената ефективност като средна оценка при тази група за третата фаза е получена от значителен брой оценки от 7 и по-малки. При третата фаза те са 8, докато при предишната са 2 при почти еднакъв брой респонденти от групата на средните туроператори. Важен факт е, че по-рано през 2021 г. са изпълнени две процедури за подпомагане на туроператори за възстановяване на средства към клиенти, отказали да приемат ваучери за бъдещи пътувания. Тези мерки са оценени много по-високо от средните по големина туроператори. Паралелно с третата фаза на изследваната мярка тече и третата фаза за подпомагане на туроператори за възстановяване на средства към клиенти. Ефективността ѝ е оценена също много високо от тази група туроператори. От това следва заключението, че необходимостта от оборотен капитал не е толкова приоритетна за средните по големина туроператори и би било по-ефективно средствата, отпуснати за тази цел да бъдат използвани за други подпомагащи мерки.

Най-сериозните разлики се наблюдават при групата на големите туроператори. При тях средната оценка между настоящата и предишната фаза показва разлика от над 40% в полза на настоящата фаза. При аналогични оценки за ефективност при тази група туроператори при първата и втора фаза на схемата, при третата те оценяват значително по-високо ефективността. Разликата между втората и третата фаза на схемата е времето на прилагането им. Втората фаза се прилага през есента на 2021 г., а третата през зимата на 2021-2022 г. Този сравнително кратък период се характеризира с увеличаване на интереса към пътувания, особено по време на Новогодишните празници, но и с увеличен брой резервации за пролетта и лятото на 2022 г. При отпадане на много от забраните и желанието за пътуване от страна на клиентите след дълъг период на ограничения е в

полза на големите туроператори, които в този момент имат много повече предложения от по-малките. Постепенно туроператорите започват да усвояват депозитите си, платени преди 2020 г. и неизползвани към момента, а по-големите туроператори имат повече възможности за това. Логично е те да дадат висока оценка за ефективността на мярката в този момент, когато необходимостта от оборотни средства при тях е свързана в много по-голяма степен с възстановяване на нормалната им дейност, отколкото с физическото им оцеляване. Най-големите туроператори вече договарят чартърни полети, за които следва да отделят значителни средства за депозити към авиокомпаниите, хотели и партньори на място. Друга вероятна причина за високата оценка е „Ефектът на натрупването“. Всички от групата на големите туроператори са получили помощи и в трите фази на мярката. В първите две фази получените средства са оползотворявани в по-кратки срокове за покриване на различни текущи разходи и в този смисъл получените през 2022 г. помощи за оборотни средства се усещат по много по-осезаем начин. Предвид нарасналото търсене тези туроператори трябва да поемат разходи, с които да гарантират безпроблемното обслужване на клиентите си в бъдещи периоди. В този смисъл получените помощи вече не се използват за текущи разходи, а за възобновяване на нормалната дейност. Логично е на този етап респондентите да оценят по-високо ефективността на помощта, която вече се използва за стратегически разходи, с които компаниите подсиgurяват бъдещата си дейност. Целта на мярката за запазване на компаниите и служителите според тях е изпълнена и третата фаза дава добавена стойност, което я прави ефективна в много по-висока степен в сравнение с първите две фази.



Фиг. 25 Средни оценки за ефективност на мерките за осигуряване на оперативен капитал в трите фази на действие.

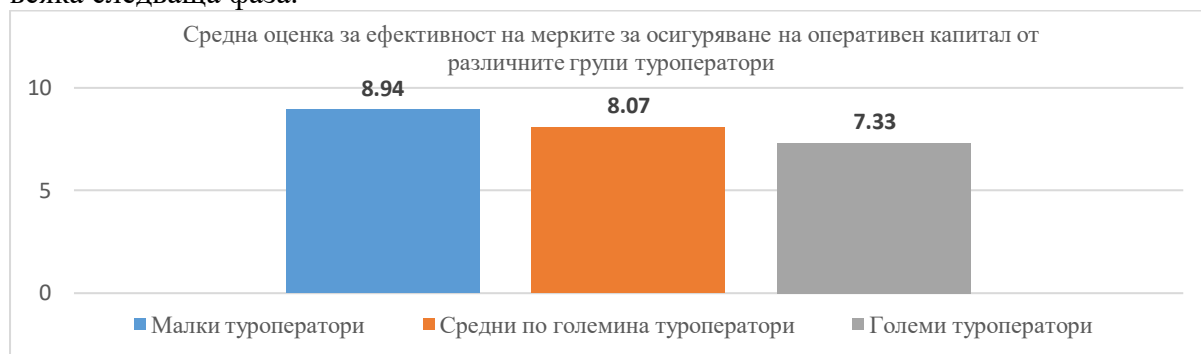
Източник: Собствени данни

Обобщението на оценките за ефективност на мерките за осигуряване на оборотен капитал води до следните изводи:

Като цяло се наблюдават големи разлики в средните оценки. От това следва, че различните групи туроператори по различен начин оценяват мярката по този показател. В трите си фази мярката има различна степен на ефективност за различните групи. През първата фаза на действие мярката е много по-ефективна за малките и средните по големина туроператори. През втората фаза ефективността намалява, но остава сравнително висока за тези групи.

Въпреки високите средни оценки, малките и средни по големина туроператори дават по-ниски оценки за ефективност за всяка следваща фаза на мярката. Това показва, че с течение на времето и променящата се обстановка, те смятат, че осигуряването на оборотен капитал не е най-ефективната мярка за оцеляването им и запазване на работни места.

През първите две фази на действие на мярката големите туроператори оценяват сравнително ниско ефективността, докато през третата фаза тяхната средна оценка е значително по-висока. За разлика от другите групи, тяхната средна оценка нараства с всяка следваща фаза.



Фиг. 26. Средни оценки за ефективност на мерките за осигуряване на оперативен капитал в трите фази на действие.

Източник: Собствени данни

Графиката показва средната стойност от средните оценки за ефективност, дадени от трите групи туроператори за трите фази на действие. Чрез нея можем да направим обобщение за ефективността на мярката за трите групи туроператори през цялото време на действието на мярката.

Ефективността на тази първа мярка за подпомагане на туроператори получава високи оценки – между 7.33 и 8.94. Редно е да се отбележи, че все пак има сериозни разлики при трите групи туроператори от порядъка на около 10%. Тази разлика показва, че в известна степен ефективността за различните туроператори е различна, от което следва изводът, че при по-малките туроператори мярката е работеща в по-голяма степен, а ефективността ѝ леко намалява при всяка следваща група по големина на туроператорите.

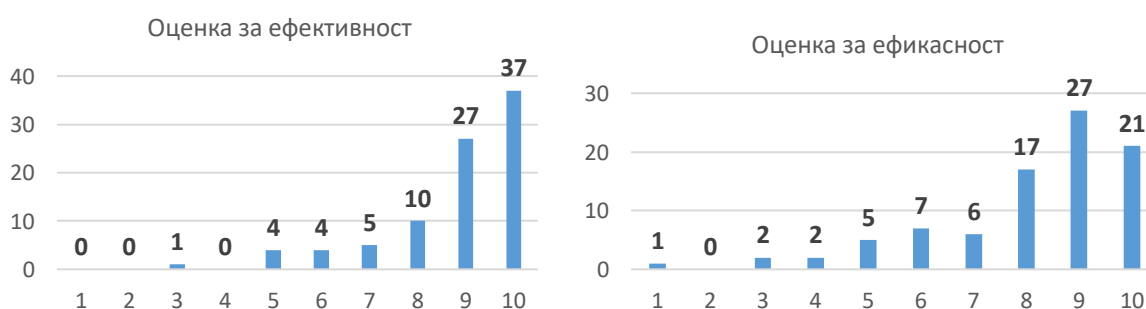
От графиката е видно, че като цяло ефективността на мярката е оценена най-високо от малките туроператори. Тяхната оценка показва, че осигуряването на оперативен капитал е ефективно решение за тяхното подпомагане и получаването на средства под формата на безвъзмездна държавна помощ е от ключово значение за подкрепата им.

Задължения към клиенти – 1 фаза

Кандидатствали – 710 / Одобрени – 597 (от които 373 туроператори) / Неодобрени – 113

Ефективност и ефикасност на Процедура BG-176789478-2021-01 (фиг. 27)

Средна оценка за ефективност – 8.8 от 88 отговора Средна оценка за ефикасност – 8.1 от 88 отговора



Фиг. 27. Ефективност и ефикасност на Процедура BG-176789478-2021-01

Източник: Собствени данни

При оценките за ефективност прави впечатление сравнително големият брой максимални оценки. Това предполага, че тази мярка се приема като високоефективна. Реално туроператорите получават безвъзмездно средства, с които да възстановят сумите, постъпили вече при тях от клиентите им. Този “бонус“ от страна на държавата логично се оценява с максимални или близки до тях оценки. Туроператорите приемат, че мярката е правилното решение за тяхното подпомагане в този момент.

При средните оценки за ефективност се наблюдава тенденция на увеличение спрямо големината на туроператорите. Най-малките туроператори дават най-ниска оценка, съответно най-големите дават най-висока. Размерът на финансирането е обвързан с оборота на съответния туроператор от 2019 г., което обосновава тези оценки. По-големите туроператори получават значително по-голяма помощ като абсолютен размер на средствата. Те имат по-голям брой клиенти и с помощта получават повече възможности за предоговаряне за частично възстановяване на сумите. По този начин те могат да възстановят част от сумите на много повече клиенти, което в този момент им дава гъвкавост при преговорите с тях. По-малките туроператори, които имат основно индивидуални клиенти и малки групи много по-трудно могат да предоговорят частично възстановяване на сумите. Те имат много по-малък брой клиенти и съответно възможностите за предоговаряне са много по-малко.

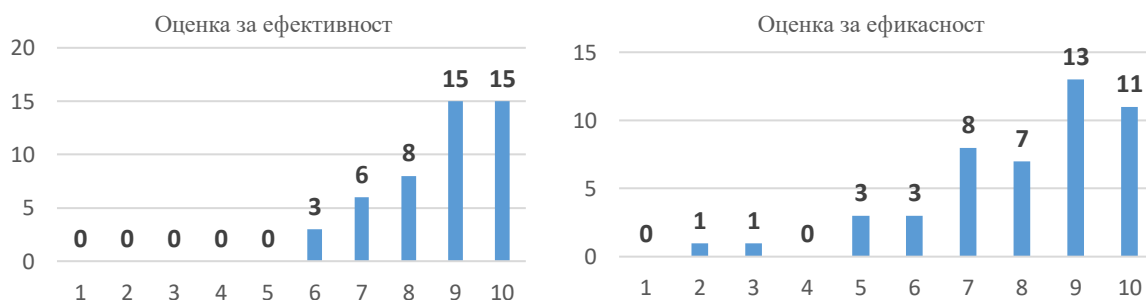
Задължения към клиенти – 2 фаза

За разлика от първата фаза на мярката, при тази фаза има ясно формулиране на начина, по който да бъде използвана помощта, а именно единствено за възстановяване на суми към клиенти за неосъществени пътувания през 2020 г. В сравнение с първата фаза максималната помощ е увеличена от 4% на 15% от оборота през 2019 г. По тази фаза на процедурата от предвидения бюджет от 16 491 711,63 лева са изплатени 11 254 576,97 лева. Изплатените помощи възлизат на 68.2% от предвидения бюджет, т.е. над 30% от предвидените средства не са усвоени. Неодобрените кандидати са ¼ от всички кандидатствали. Предвид големия размер на неусвоени средства и отхвърлени кандидати, тази процедура може да се характеризира като нискоефективна.

Кандидатствали - 120/ Одобрени – 89 (от които 64 туроператори) / Неодобрени – 31

Ефективност и ефикасност на Процедура BG-176789478-2021-03 (фиг. 28)

Средна оценка за ефективност – 8.7 от 47 отговора Средна оценка за ефикасност – 8.0 от 47 отговора



Фиг. 28. Ефективност и ефикасност на Процедура BG-176789478-2021-03.

Източник: Собствени данни

Увеличението на максималния размер на помощта от 4 на 15% от оборота за 2019 г. е основна причина за високите оценки за ефективност от страна на получените финансиране туроператори. Това е и причината големите туроператори да дадат почти максимална оценка. За тях в абсолютен размер помощта е увеличена значително спрямо първата фаза на мярката. Средната обща оценка нараства значително с нарастване на броя служители през 2019 г., т.е. с големината на туроператорите.

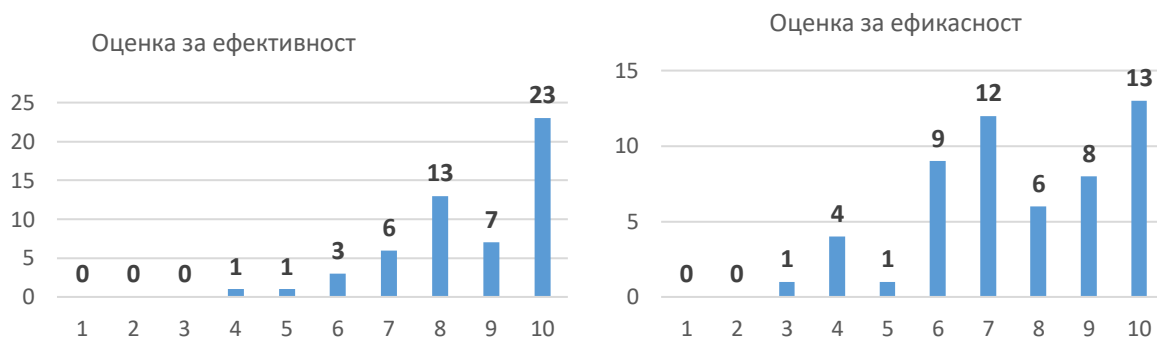
Средната оценка за ефективност е почти същата, както и предишната фаза на мярката. Но докато при нея оценки 9 и 10 са около 73%, то при настоящата фаза те са 64%. От друга страна в първата фаза има една оценка 3 и 4 оценки 5, докато във втората фаза минималната оценка за ефективност е 6. Тези най-ниски оценки са дадени от най-малките туроператори, което потвърждава извода, че ефективността на мярката е оценена по-високо от по-големите туроператори.

Задължения към клиенти – 3 фаза

При тази фаза на мярката кандидатите са с около 17% повече, а одобрените с около 22% повече от втората фаза. Бюджетът е с 65% по-нисък в сравнение с предходната фаза. Приблизително бюджетът по тази фаза се равнява на неизразходваните средства от предишната фаза. Предвид периода на действие на мярката в третата й фаза, а именно началото на 2022 г. се предполага, че няма основания тя да бъде продължена. С действието й би следвало туроператорите покрият окончателно всички задължения към клиенти за неосъществени пътувания, още повече, че вече са премахнати много от ограниченията и забраните и те могат постепенно да възобновят нормалната си дейност. Кандидатствали - 140/ Одобрени – 119 /от които 79 туроператори/ / Неодобрени – 11

Ефективност и ефикасност на Процедура BG-176789478-2021-07 (фиг. 29)

Средна оценка за ефективност – 8.6 от 54 отговора Средна оценка за ефикасност – 7.8 от 54 отговора



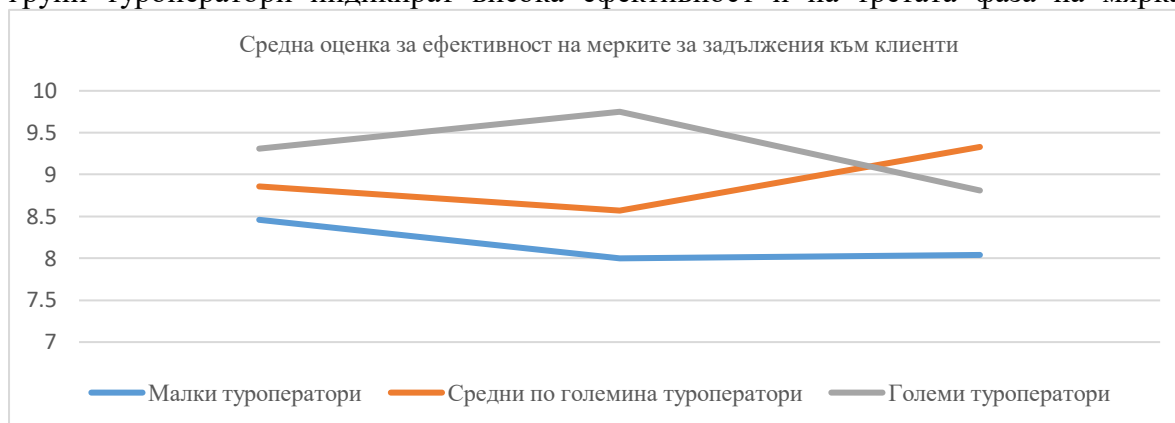
Фиг. 29. Ефективност и ефикасност на Процедура BG-176789478-2021-07
Източник: Собствени данни

Оценките за ефективност при тази фаза на мярката показват, че средните по големина туроператори я приемат за високоефективна. Вероятната причина е, че те все още имат задължения към клиентите си за неосъществени пътувания. С помощта на този етап те очакват да погасят тези задължения.

При големите туроператори има спад в средната оценка, в сравнение с предишните две фази на мярката, което предполага, че вече мярката не работи рационално за тях. На този етап те биха предпочели мерки, които биха позволили възобновяване на дейността им пред такива за погасяване на задължения към клиенти. Приоритет за тях към момента е възобновяване на нормалната им работа, което би довело до реализиране на приходи пред това да възстановят суми за неосъществени пътувания, които твърде вероятно е да не постъпят отново при тях, предвид трудностите при реализиране на големи групи и чартърни полети, за които е необходим голям брой записани туристи.

При малките туроператори наблюдаваме аналогична оценка с тази от втората фаза. Очевидно при тях тази фаза на мярката няма добавена стойност в сравнение с предишната.

Като цяло следва да се заключи, че сравнително високите средни оценки от трите групи туроператори индикират висока ефективност и на третата фаза на мярката.



Фиг. 30. Средни оценки за ефективност на мерките за задължения към клиенти в трите фази на действие.

Източник: Собствени данни

При обобщението е важно да бъде отчетен един много важен резултат. Това е почти еднаквата средна и като цяло много висока оценка, дадена за ефективност на мярката от страна на туроператорите за трите фази на действие. Резултатът показва, че според всички групи туроператори мярката е ключова за тяхното съществуване и държавата е взела правилно решение за прилагането ѝ.

Близките по стойност и сравнително високи оценки за ефективност на първата фаза, дадени и от трите групи туроператори недвусмислено показват, че мярката за връщане на суми към клиенти за предплатени и неосъществени пътувания през 2020 г. е работеща и подкрепата, получена на този етап е от голямо значение за оцеляването им. За тези оценки следва да се отбележи и психологическия момент, че това е нова по същността си мярка, която се прилага за подкрепа на туроператори. Бенефициентите получават средства от държавата, които да върнат на своите клиенти, въпреки, че тези суми реално са постъпили при тях. Помощта е обвързана с размера на депозитите, които са заплатени и не са възстановени от контрагентите на туроператорите, но към момента на действие на мярката почти няма върнати депозити от доставчици. Всички тези депозити са задържани за използване за бъдещи периоди. Това е и другият съществен психологически фактор – дори при фалит на доставчиците и невъзможност за използване на депозитите в бъдещ период, чрез държавната помощ туроператорите не биха претърпели загуби, а по-скоро липса на ползи.

При втората фаза наблюдаваме разминаване на оценките от различните групи туроператори. От това следва да се заключи, че на този етап на действие ефективността на мярката не се приема еднозначно от трите групи туроператори. Налице е пряка зависимост с големината на туроператорите, т.е. по мнението на интервюираните ефективността на мярката е в пряка пропорционална връзка с големината на туроператорите.

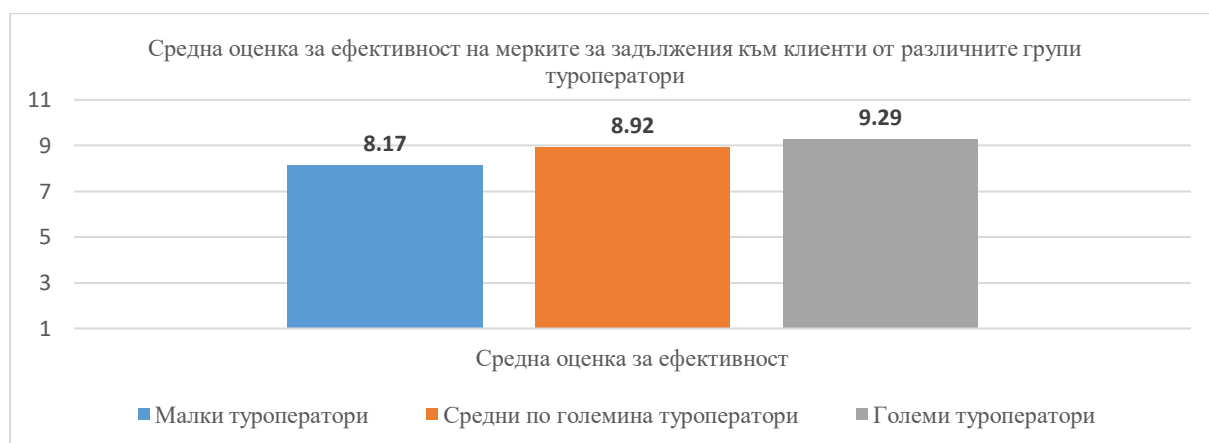
При третата фаза липсва пряко пропорционалната зависимост между оценките за ефективност от първата и втора фаза. Средните оценки, дадени от големите и средни по големина туроператори разменят позициите си. Най-висока средна оценка дават средните по големина туроператори със значително покачване, спрямо втората фаза. Те дават и най-висока средна оценка именно на тази фаза, в сравнение с предишните две.

При малките туроператори се наблюдава сравнително константни средни оценки за трите фази на действие на мярката. Все пак е необходимо да се отбележи, че въпреки най-малкия процент на финансиране, а именно до 4% от оборота през 2019 г., малките туроператори дават най-високи средни оценки на първата фаза. Като процент на

одобрени кандидати те са най-много точно в тази първа фаза. Предполага се, че те са получили в пълен размер помощта, която на този етап е 4% от оборота за 2019 г. От друга страна мярката е най-ниско оценена за целия период на действието си именно от тях. Това вероятно се дължи на факта, че те имат по-малки като абсолютна стойност задължения към клиенти, както и ограничен брой клиенти. Връщайки средствата за предплатени пътувания, малките туроператори не са сигурни, че в бъдещ период същите тези клиенти биха потърсили услугите им.

Средните по големина туроператори смятат, че най-ефективно мярката действа в третата си фаза. Броят на одобрените кандидати в тази група е почти еднакъв в трите фази на мярката. Но през втората фаза броят и процентът на средните по големина туроператори одобрени за финансиране е най-голям от трите групи. А именно в тази фаза тяхната средна оценка за ефективност е най-ниска. Вероятната причина за това е, че при увеличаване процента на финансиране, обвързан с оборота за 2019 г., средните туроператори остават с усещането, че на този етап мярката е по-ефективна за големите туроператори.

В подкрепа на това твърдение, големите туроператори дават най-висока оценка за ефективност точно на втората фаза на действие на мярката. На третата фаза те дават най-ниска средна оценка, точно където средните по големина дават най-висока. На първата фаза големите туроператори дават най-висока оценка от трите групи. Това показва, че при въвеждане на мярката тя действа най-ефективно на големите туроператори.



Фиг. 31. Средни оценки за ефективност на мерките за задължения към клиенти по групи туроператори.

Източник: Собствени данни

От графиката е видно, че ефективността на мярката е високо оценена като цяло и от трите групи туроператори. Индикатор за това са средните оценки, които са над 8 от 10. Колкото са по-големи туроператорите, толкова тяхната средна оценка за ефективност е по-висока. Това вероятно е продиктувано от абсолютната стойност на сумите, които бенефициентите дължат на свои клиенти за неосъществени пътувания. По-големите туроператори имат повече клиенти и съответно по-големи задължения.

Малките туроператори дават най-ниска оценка по този показател. Те имат и най-малки като абсолютни суми за възстановяване към своите клиенти. Но сравнително високата средна оценка, дадена от тях показва, че мярката е способствала във висока степен за тяхното оцеляване и държавната политика при прилагането ѝ работи ефективно за тази цел.

Средните по големина туроператори дават по-висока оценка за ефективността на мярката в сравнение с малките. Нейната стойност е по-близка до тази на големите туроператори, отколкото до тази, дадена от малките. Тази оценка е с близо 10% по-

висока от оценката на малките туроператори, което в случая означава значителна разлика. Според мнението на средните по големина туроператори мярката действа значително по-ефективно тях, в сравнение с малките.

Големите туроператори оценяват ефективността на мярката с най-висока оценка. Тяхната оценка е с под 5% по-висока от тази на средните по големина, но с близо 14% по-висока от тази на малките. Това сравнение показва, че в сравнение с малките туроператори, големите приемат мярката за значително по-ефективна. Средната оценка от 9.29 от 10, която те дават за ефективност на мярката, недвусмислено показва, че тя в максимална степен действа ефективно за големите туроператори.

Запазване на работни места

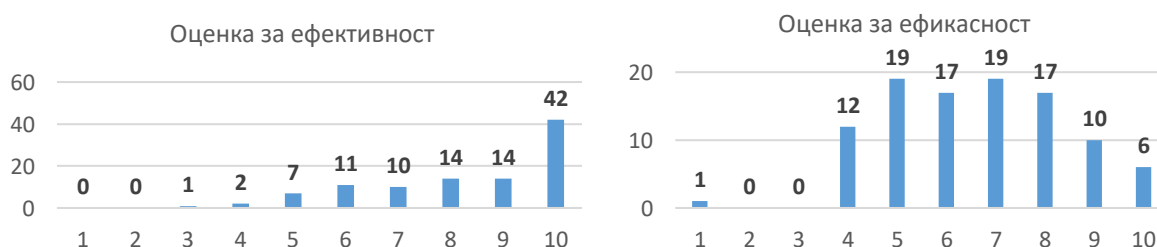
По време на пандемията от COVID-19 в повечето държави по света се въвеждат мерки за запазване на работни места. Схемите за подпомагане основно работят в посока чрез държавна помощ работодателите да имат възможност да изплащат заплати и осигуровки на техните служители. При почти нефункциониращи икономики в този период това е единственият начин да се запазят работни места, но и действащи икономически субекти. Практиката, въведена в повечето държави е помощта да бъде повече от 50% от заплатите и осигуровките на запазените служители. Тези мерки като цяло са резонни, предвид алтернативата от колосална по размери безработица и срив на социалните системи на страните.

В повечето страни от ЕС в началото на пандемията държавните помощи покриват 60% от заплатите и осигуровките на запазените служители, а работодателите останалите 40%. Но със задълбочаване на кризата държавната помощ се увеличава на 80%, съответно работодателите поемат 20% от стойността за заплати и осигуровки на запазените служители. Тези помощи се прилагат в почти всички икономически сектори и са достъпни за почти всички регистрирани фирми в съответните държави. Естествено туристическите фирми и в частност туроператорите в пълна степен могат да се възползват от тези помощи.

България не прави изключение и тези мерки, приети от повечето страни от ЕС в се прилагат и у нас. Те придобиват популярност като "60/40", а в последствие "80/20". Редно е да се отбележи, че в България действат и други схеми за запазване на работни места, но с много по-малки бюджети. За целите на проучването се анализират само двете мерки, а именно "60/40", а в последствие "80/20".

Ефективност и ефикасност на процедурите за запазване на работни места (фиг. 32).

Средна оценка за ефективност – 8.32 от 101 отговора Средна оценка за ефикасност – 6.58 от 101 отговора



Фиг. 32. Ефективност и ефикасност на процедурите за запазване на работни места

Източник: Собствени данни

Средната оценка за ефективност на мярката е сравнително висока. Максималните оценки се открояват с най-големия си брой, в пъти повече от другите оценки. Това е важен индикатор, че според значителен брой от анкетиранияте, мярката има максимална ефективност. Сборът между оценки 10 и 9 е по-голям от сбора от всички останали

оценки. Това потвърждава твърдението, че туроператорите оценяват високо мерките за запазване на работни места. От друга страна прави впечатление средната оценка за ефективност на мярката 8.32, която е по-ниска максималните. Видно е, че средните по големина туроператори дават сравнително ниски оценки за ефективност.

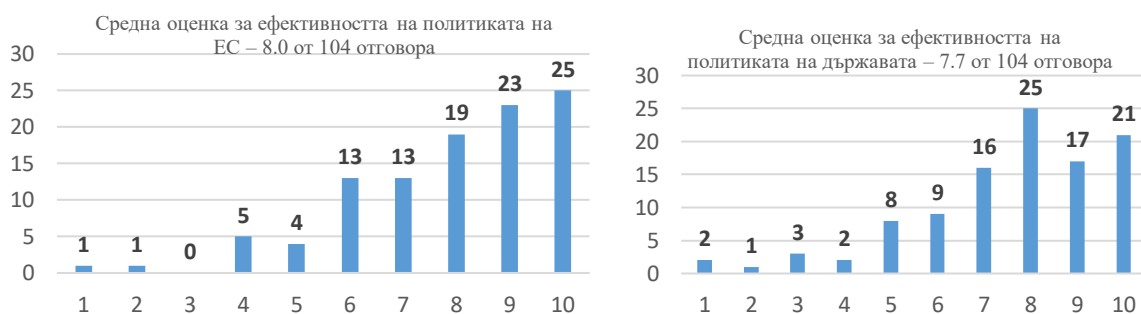
При малките и големи туроператори оценките са почти еднакви и значително по-високи от тази на средните по големина. Малките туроператори са най-много на брой - 2/3 от всички гласували. Максималните оценки за ефективност, дадени от тях са над 85% от всички максимални оценки. Въпреки това не може да се твърди, че тази група оценява еднозначно ефективността, предвид немалкото оценки между 5 и 8. Малкият брой служители при тази група предполага по-малки суми в абсолютен размер, които работодателите трябва да покрият за заплати на служители. В началото на пандемията, въпреки че са лишени от възможността да упражняват основната си дейност, малките туроператори не могат да си позволят да освободят служители. В този период има много откази от резервирани пътувания и искане за връщане на депозити от страна на клиенти. Туроператорите се нуждаят от служители, които да осъществяват комуникация с тези клиенти и да ги убеждават да се съгласят да получат т.нар. COVID ваучери. Този процес, освен с преговори с клиенти е свързан и със сериозен обем административна работа - изготвяне на анекси към договори, разпращане към клиенти, проследяване на получаването на анекси, създаване на архив, коригиране на резервациите в резервационните системи и др. При малките туроператори запазването на работни места се оказва ключов момент за продължаване на дейността им и логично мерките от страна на държавата се оказват високоефективни за тях.

Средните по големина туроператори дават най-ниска ефективност. Тази група туроператори има по-различна структура на персонала. Докато при малките имаме малък брой служители с универсални функции, при средните по големина туроператори е налице функционално разпределение на служителите. При тях са обособени различни отдели. Те са индивидуални в зависимост от профила на съответния туроператор, но обикновено има служители, които комуникират пряко с клиенти (т. нар. „front office“), служители, които създават програми и комуникират с доставчици (т. нар. „back office“), но и служители с административни, счетоводни и юридически функции, водачи на групи и др. При невъзможност за осъществяване на основната си дейност част от тези служители не са необходими за тези туроператори. Те се явяват във финансова тежест за тях, дори ако работодателят поема по-малко от 50% от техните заплати. В случая за работодателя е най-изгодно да освободи служителите, които в момента нямат възможност да изпълняват обичайните си задължения или да им предложи да ползват неплатен отпуск (за който може да се възползва от други схеми, напр. „Запази ме“) Така схемите "60/40", а в последствие "80/20" според средните по големина туроператори не работят максимално ефективно за тях. Тези схеми са ефективни за част от техните служители, а за другите по-подходящи и ефективни биха били други мерки за подпомагане.

От трите групи най-високо оценяват ефективността на мярката големите туроператори. Те имат голям брой клиенти, с които трябва да предоговорят отношенията си, свързани с неосъществени пътувания. За тази дейност те имат необходимост от всички свои служители, поради големия обем на административна работа. Още повече, че успоредно с мерките за запазване на работни места текат и други процедури за подпомагане на фирми, засегнати от пандемията. За тези процедури също са необходими служители, които да оформят документацията по кандидатстване и отчетност. Големите туроператори имат най-голям обем от дейности от трите групи и съответно най-голям документооборот. Ето защо при тях е важно да запазят максимално голям брой служители и тази мярка в много голяма степен способства за тази тяхна цел. Това е и основната причина за високата оценка за ефективност на мярката.

Оценка за ефективността на политиката на ЕС и държавата за подпомагане на туроператорите по време на пандемията от COVID-19

При оценяването на цялостната политика на ЕС за оказване на помощ на туроператори в контекста на пандемията от COVID-19 е важно да се отбележат няколко съществени момента. Политиките като цяло се определят от институциите на ЕС, следвайки принципа на равнопоставеност към всички страни-членки. Но при прилагането на конкретни мерки, всяка една страна има правото да предложи за одобрение такива, които в най-висока степен биха били приложими за конкретната държава. Тази гъвкавост предполага много по-диференциран подход, адаптиран към настоящата извънредна ситуация, изискваща Ad hoc решения, съобразени със спецификата на различните туристически пазари. Политиката на европейските институции има за цел да изгради рамката, в която всяка държава следва да се вмести и да се възползва по оптимален начин от предоставените възможности. На ниво ЕС много бързо се осигурява бюджет за финансиране на мерки за защита на бизнеса в отговор на създалата се криза. Също толкова бързо се приемат важните решения, касаещи общата политика на съюза в това отношение. Малка част от тези решения касаят конкретно туризма, но секторът се окачествява като един от най-пострадалите в така създалата се ситуация. Това означава, че туристическите компании в пълна степен могат да се възползват от финансова подкрепа, независимо дали тя е насочена към конкретни икономически субекти (напр. МСП) или браншове.



Фиг. 33. Оценки за ефективност на политиката на ЕС и държавата за подпомагане на туроператорите по време на пандемията от COVID-19.

Източник: Собствени данни

Оценка на ефективността на политиката на ЕС за подпомагане на туроператорите

Ефективността на мерките за подпомагане на туроператорите, въведени от ЕС получават висока средна оценка и от трите групи туроператори. Оценките от 9 и 10 са близо половината от всички отговори. Максималната оценка е дадена от най-голям брой туроператори, което е още един показател за ефективно водена политика за подпомагане на туроператорите от институциите на ЕС. Ниските оценки от 1 и 2 и част от оценките 4 и 5 са дадени от туроператори, които по различни причини не са получили финансиране по някоя от мерките за подкрепа. Като цяло ниските оценки от 1 до 5 са само 10.6%. Няма драстични разлики в средните оценки за ефективност на политиката на ЕС, дадени от трите групи туроператори. Разликата от най-ниската до най-високата средна оценка е 0.76, което означава, че трите групи туроператори оценяват сравнително хомогенно тази политика. От това може да се заключи, че степента на ефективност на политиката на ЕС не е в пряка зависимост с големината на туроператорите. Малките и средните по големина туроператори дават идентични средни оценки на ефективността, докато големите я оценяват малко по-високо.

При малките туроператори броят на максималните оценки за ефективност е 28% от всички оценки. Предвид най-големия брой респонденти от тази група оценките са най-

разнородни. Ниските оценки от 1 до 5 са 13% от всички оценки. Това е нисък дял в сравнение с оценките от 6 и по-високи, което означава, че като цяло малките туроператори дават сравнително висока оценка за ефективност.

Средните по големина туроператори дават най-ниска оценка за ефективност на политиката на ЕС, но тя не е значително по-ниска в сравнение със средните оценки, дадени от другите две групи. При тях половината от оценките са 8 и 9, т.е. те оценяват високо тази политика.

Големите туроператори дават най-висока средна оценка за ефективност. Тази средна оценка е с около 10% по-висока в сравнение с малките и средните по големина туроператори. Това е показател, че от трите групи, политиката на ЕС за подпомагане на туроператори действа в най-висока степен на ефективност при големите туроператори.

Оценка на ефективността на политиката на държавата за подпомагане на туроператорите

Ефективността на политиката на държавата за подпомагане на туроператори също получава висока средна оценка. Максималните оценки са около 20%. най-много са оценките от 8 – 24% от всички отговори. Ниските оценки от 1 до 5 са 15% от всички оценки.

Политиката на държавата за подпомагане на туроператори е в пряка зависимост с цялостната политика на ЕС. Ако този факт се вземе под внимание, ефективността на двете политики следва да бъде оценена по сходен начин. Съдейки по малката разлика от средните оценки за ефективността на политиките на ЕС и на държавата, може да се твърди, че туроператорите осъзнават тази зависимост. Но при по-подробен анализ е видно, че средната оценка за ефективност на политиката на държавата е получена по различен начин в сравнение с тази за ефективността на политиката на ЕС. Оценките от 9 и 10 са 36.5%. Най-голям е броят на оценките от 8. Ниските оценки от 1 до 5 са 15.4%. От това следва извода, че туроператорите оценяват в значително по-малка степен максималното действие на прилагане на мерките от страна на държавата в сравнение с това на ЕС. От друга страна по-големият дял на ниските оценки показва, че действието на мерките на държавата е по-неефективно, в сравнение с това на ЕС.

Малките туроператори като цяло дават добра оценка за ефективността на политиката на държавата. Максималните оценки от 10 са 1/5 от всички оценки, което е показател, че голяма част от тях приемат, че тази политика действа с максимална степен на ефективност. Прави впечатление, че броят на максималните оценки е равен на броят на оценки от 7. Това води до извода, че е налице колебание в тази група относно степента на ефективност на държавната политика. Предвид факта, че близо 90% от оценките са между 5 и 10 може да се твърди, че според малките туроператори политиката на държавата за тяхната подкрепа са действали ефективно.

При средните туроператори имаме най-ниска средна оценка за ефективност от всички групи. Нито един от тях не дава максимална оценка. Най-голям брой са оценките от 8. Всички минимални оценки от 1 и 2 са дадени точно от тази група. Броят от оценките от 1 до 5 е 26% от всички оценки, което е най-висок дял от всички групи. Следователно средните по големина туроператори оценяват средно високо ефективността на държавната политика за тяхното подпомагане.

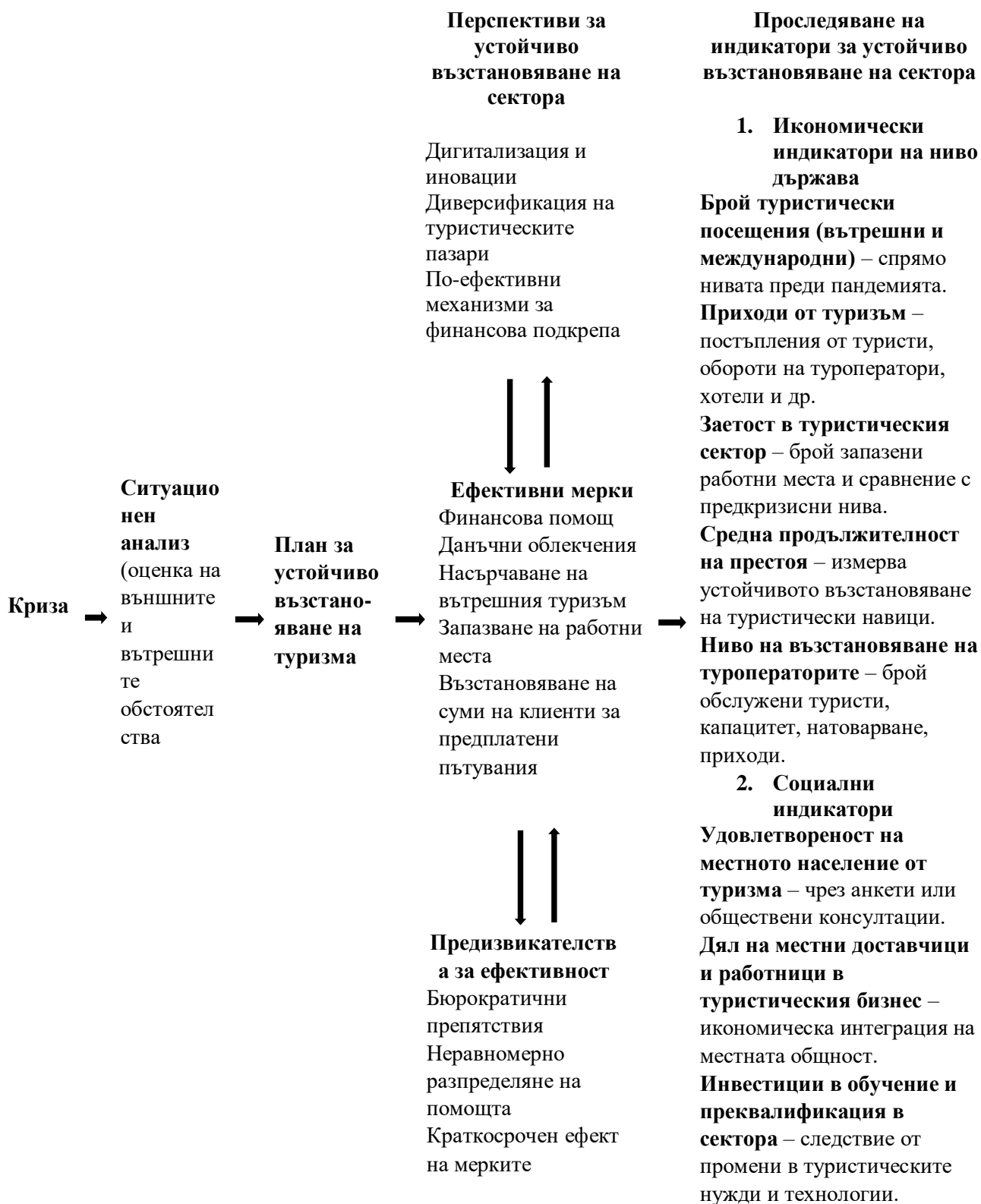
Големите туроператори дават най-висока средна оценка за ефективност на държавната политика. Делът на максималните оценки при тях е най-висок от трите групи – 50% от всички оценки. Най-ниските оценки са от 8. Това недвусмислено показва, че според тази група държавната политика е действала по високоефективен начин за тяхното подпомагане по време на кризата.

Като обобщение може да се твърди, че ефективността на държавната политика за подпомагане на туроператори е оценена високо от самите тях. Една от причините за това е диалогът, който държавните институции провеждат с тези туроператори и техните

сдружения. Този диалог започва след организираните протести за защита на сектора. В основата на организацията на протестите са големите туроператори и в следствие техни представители са включени в преговорния процес с държавата. Това от своя страна води до приемане на мерки, които в най-голяма степен облагодетелстват тази група туроператори. В тази ситуация средните по големина туроператори се чувстват оцетени в известна степен и според тях държавната политика не е работи по най-ефективен начин за тяхното подпомагане. Малките туроператори остават встрани от тези процеси, но въпреки това те смятат, че държавата в този момент приема ефективни решения за подпомагането им с цел оцеляване и запазване на работни места.

3.3. Модел за ефективни социално-икономически мерки в подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (пандемии и др.).

На базата на резултатите от проучванията и анализът на добри практики е направен опит за конструиране на авторски общовалиден обобщен, базиран на ефективни държавни политики, емпирично обоснован модел на система от социално-икономически мерки в подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (фиг. 34).



Фиг. 34. *Модел за ефективни социално-икономически мерки в подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (авторски модел)*

ИЗВОДИ, ОБОБЩЕНИЯ И ПРИНОСИ ОТ ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Настоящият дисертационен труд имаше за основна цел да бъде направен сравнителен анализ на държавните политики за подкрепа на туроператорите в различни страни в периода на пандемията COVID-19 и да се оцени тяхната ефективност с оглед на устойчивостта и възстановяването на туристическия сектор.

На основата на анализа на проучената литература и резултатите от емпиричното количествено-качествено изследване могат да бъдат направени следните по-важни изводи и обобщения от дисертационния труд:

Приноси на дисертационния труд

На базата на очертаната връзка между нормативни изисквания и граници на приложение на политики и мерки за подкрепа на дейността на туроператорите в условия на ограниченията, наложени от COVID-19, научните приноси на дисертационния труд са представени в научно-теоретичен и практико-приложен аспект.

Изследване на теоретичните постановки за управление на кризи в туризма.

Анализирано е състоянието не само на българския туризъм, но и на туризма в международен план в условията на COVID-19, като е направен обзор на ограниченията, наложени от COVID-19 и тяхното въздействие върху дейността на туроператорите.

Идентифицирани и класифицирани са основните мерки и политики, предприети в различни страни за подпомагане на икономиката в контекста на възстановяване на туристическия сектор (по-специално туроператорите), като са анализирани и отдиференцирани добри практики и примери за успешни политики в различни държави.

Оценена е ефективността на предприетите мерки въз основа на икономически показатели, отзиви от бизнеса и други релевантни фактори и са дефинирани конкретни решения за ефективни държавни политики (социално-икономически мерки) в подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (ограничения, вкл. пандемии и др.).

Конструиран е обобщен, базиран на ефективни държавни политики, емпирично обоснован модел на система от мерки за подкрепа на дейността на туроператорите в условия на ограничения (на примера на ограниченията, наложени от COVID -19).

Критериално ефективността на ефективни държавни политики (социално-икономически мерки) в подкрепа на дейността на туроператорите в условия на кризи (ограничения, вкл. пандемии и др.) е детерминирана, респ. оценена по броя запазени фирми, броя запазени работни места и от броя подпомогнати финансово фирми.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пандемията от COVID-19 е явление в световен мащаб, непознато в съвременната история. Бързото разпространение на вируса е предпоставка за тежка криза в социалния и икономически живот в цял свят. Непознатите на медицината характеристики на новия коронавирус поставят властите и институциите в ситуация, в която те трябва да вземат трудни решения, резултатът от които е непредвидим. Високата смъртност в началото на пандемията естествено води до мерки, целящи опазване на живота на хората. Напрежението, създадено върху медицинските системи води до драстични мерки, които имат за цел да ограничат разпространението на вируса. Тези мерки се състоят основно в ограничаване на движението на хора. Те се състоят от забрани за пътувания, спиране на работата на различни икономически сектори, работа от вкъщи, където това е възможно и др.

Прилагането на конкретни и целенасочени държавни политики и на мерки е от ключово значение за стабилността и устойчивото развитие на туроператорския сектор. Независимо дали става дума за страни от ЕС или извън него, успешните практики се характеризират с координация между държавните институции и частния сектор, финансова подкрепа в кризисни моменти, намаляване на административната тежест и създаване на доверие у потребителите.

Тези мерки позволяват на туроператорите не само да оцелеят в условия на нестабилност, но и да се развиват дългосрочно, отговаряйки на нуждите на съвременния турист.

Финансовата подкрепа от държавата, под формата на субсидии, безлихвени заеми, данъчни облекчения или гаранционни фондове, осигурява на туроператорите необходимата ликвидност, особено в кризисни периоди (като пандемии, природни бедствия или военни конфликти). Това им позволява да покриват текущи разходи, да задържат служители и да запазят своята оперативна дейност, като по този начин се избягва масов фалит на компании и колапс в туристическия сектор.

Хармонизирането на законодателството в рамките на ЕС (като Директивата за пакетни пътувания) и въвеждането на ясни правила за защита на потребителите спомагат за повишаване на доверието както на клиентите, така и на бизнес партньорите. Туроператорите оперират в по-прозрачна и предвидима среда, което редуцира риска от съдебни спорове, щети, свързани с имиджа и загуба на потребителска лоялност.

Чрез данъчни облекчения, подобрени визови режими, подкрепа за международен маркетинг и дигитализация, държавите стимулират конкурентоспособността на туроператорите. Това им позволява да предлагат по-атрактивни и достъпни продукти, да достигат нови пазари и да се адаптират към променящите се потребителски изисквания, включително за по-устойчив и персонализиран туризъм.

Политиките, които въвеждат механизми за управление на риска – като застраховки при фалит, гъвкави схеми за възстановяване на суми, или временни регулации в извънредни ситуации (например цифрови COVID сертификати) – осигуряват на туроператорите възможност да реагират бързо на външни шокове. Това минимизира щетите върху клиентите и пазара и укрепва имиджа на сектора.

Държавните политики, които стимулират устойчивия туризъм, дигитализацията, кръговата икономика и въвеждането на екологични стандарти, насърчават туроператорите да модернизират своите продукти и услуги. Това води до по-висока ефективност, нови бизнес модели и повишена устойчивост спрямо бъдещи предизвикателства – включително свързани с климатичните промени.

Независимо от географското си положение, страните, които прилагат целенасочени, гъвкави и добре координирани политики в туризма, успяват да създадат условия за по-голяма стабилност, растеж и адаптивност на туроператорите. Комбинацията от икономическа подкрепа, правна рамка, публично-частно сътрудничество и ориентираност към иновации създава здрава основа за развитие на сектора не само в настоящето, но и в дългосрочен план. Така държавната намеса не само изпълнява защитна функция в кризисни моменти, но и действа като стратегически двигател за трансформацията и устойчивото бъдеще на туроператорската дейност.

СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Йотовски, Н. (2023 а). Анализ на промяната в нагласите на работещите в туристическия бранш за пълно възстановяване на сектора (2020-2023 г.), Сборник доклади от на XIV Национална школа за докторанти и млади изследователи в социалните науки „Психология и мултидисциплинарно сътрудничество в областта на социалните науки: 50 години психология в БАН“.
2. Йотовски, Н. (2023 б). „Новите реалности в туризма, като резултат от пандемията от COVID-19“, *сп. Science and Technologies, Volume XIII, 2023, 48-54.*
3. Йотовски, Н. (2022). *СЪВРЕМЕННИ КРИЗИ В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ – ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМИ, сп. Science and Technologies, Volume XII, 2022, 74-80.*

4. Yotovski, N. (2022). Efficiency of measures to support the tour operators under conditions imposed by COVID-19 during 2020 (Results of a survey conducted among touroperators), SocioBrains, Issue 90, February 2022, 292-303.
5. Yotovski, N. (2021) Introduction of new travel regulations (in and outside the European Union) and their impact on touism) Science and technologies: Volume XI, 2021
6. Yotovski, N. (2021) Institutional Measures (In and outside the European Union to support tour operatots in the conditions of the COVID-19 Pandemic SocioBrains, (78), 528-538.