

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА“

Стефка Веселинова Христова

**ПОВИШАВАНЕ НА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА
ДЕСТИНАЦИЯ ЗА КОНФЕРЕНТЕН ТУРИЗЪМ /НА
ПРИМЕРА НА ОБЩИНА ВАРНА/**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на дисертация

за присъждане на образователна и научна степен “доктор”
по професионално направление 3.9. Туризъм,
научна специалност Икономика и управление (туризъм)

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:

Проф. д-р Стоян Маринов

ВАРНА
2024

Дисертационният труд е обсъден и насочен за публична защита на разширен съвет на катедра „Икономика и организация на туризма“ при Икономически университет – Варна

Дисертационният труд се състои от въведение (7 стр.), изложение в три глави (178 стр.), заключение (8 стр.), списък на използваната литература (7 стр.). Основният текст съдържа 10 таблици и 33 фигури. Списъкът на използваните източници се състои от 111 литературни източника. Към дисертационния труд има 4 приложения.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на..... отч. в зала на Икономически Университет-Варна на заседание на научно жури, назначено със Заповед на Ректора на ИУ-Варна.

Материалите по защитата са публикувани на интернет страницата на Икономически университет – Варна. www.ue-varna.bg

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ФАКУЛТЕТ “УПРАВЛЕНИЕ”
КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА”

Стефка Веселинова Христова

**Повишаване на конкурентоспособността на
дестинация за конферентен туризъм /на примера на
община Варна/**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на дисертация

за присъждане на образователна и научна степен “доктор”
по професионално направление 3.9. Туризъм,
научна специалност Икономика и управление (туризъм)

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:

Проф. д-р Стоян Маринов

НАУЧНО ЖУРИ:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

- 1.
- 2.

Варна
2024

Автор: Стефка Веселинова Христова
Заглавие: Повишаване на конкурентоспособността на дестинация за
конференстен туризъм /на примера на община Варна/

Тираж: 20 броя
Отпечатани в Печатна база на Икономически университет – Варна

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност на проблема

Конкурентоспособността на държавите е феномен, подчинен на различни фактори. Европейският модел за изследване на конкурентоспособността акцентира върху връзката между процеса на създаване на богатството и стандарта на живот и просперитета на дадена нация. В началото на XXI в. конкурентоспособността се разглежда като начин за напредък, който не води след себе си победители и губещи, а модел на състезаващи се страни за общ просперитет, благополучие и икономическа сила. В конкурентното съревнование на нациите туризмът е основен фактор за повишаване на националната конкурентоспособност.

Пандемията от Covid – 19 нанесе големи щети на туризма. Според Световния съвет за пътувания и туризъм през 2020 година Брутният вътрешен продукт на световния туризъм спада с 49,1% спрямо 2019 година, което е загуба в абсолютен размер от 4,5 трилиона щатски долара. Закрити са 62 милиона работни места.¹

Основен сегмент на туристическата индустрия е конферентният туризъм, който в широк смисъл се отъждествява с организирането на конгреси, конференции, бизнес срещи, делови пътувания и делови събития. На тази основа в туристическата практика понятието „конферентен туризъм“ се препокрива смислово и съдържателно с налагащата се напоследък абревиатура „МАЙС-туризъм“ (MICE), означаващо: делови срещи, инсентив пътувания, конференции и изложения. Конферентният туризъм или МАЙС-туризмът има важно значение за развитието на туристическите дестинации. Свързан е с изграждането на специфична инфраструктура и суперструктура (транспортни пътнически терминали, конгресни зали, изложбени центрове, хотелски комплекси, информационни технологии и др.) и със създаването на специална организация на туристическо обслужване.

При условие, че международният туристически пазар се превръща в "пазар на купувача", а изострената глобална конкуренция преразпределя пазарните дялове на туристическите места, проблемите на конкурентоспособността на дестинациите за конферентен туризъм стават изключително актуални.

¹ WTTC. GLOBAL ECONOMIC IMPACT & TRENDS 2021. Available online: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> (June 2022)

2. Предмет и обект на изследването

Предмет на изследване в дисертационния труд е *конкурентоспособността на община Варна като туристическа дестинация за конферентен туризъм.*

Настоящият дисертационен труд има за **обект** на изследването *община Варна като туристическа дестинация за конферентен туризъм, тълкувана в контекста на общата теория на туризма и в частност - на управлението на туризма.*

3. Цел и задачи на изследването

Целта на разработката е *на основата на разработен теоретичен модел за оценка на конкурентоспособността на туристическата дестинация за конферентен туризъм да се анализира конкурентоспособността на община Варна и да се предложат стратегически насоки за формиране и развитие на нейни конкурентни предимства в областта на конферентния туризъм.*

Поставената цел определя решаването на следните конкретни **изследователските задачи:**

Първо, изясняване на същността на конферентния туризъм;

Второ, систематизиране на теоретичните аспекти на конкурентоспособността на туристическата дестинация и моделите за нейното изследване;

Трето, определяне на факторите, критериите, показателите и методите за изследване и оценка на основните компоненти на туристическата дестинация и същевременно факторите на нейната конкурентоспособност: туристически ресурси, инфраструктура, туристическа суперструктура, системи за сигурност и безопасност, продуктова палитра, цени, дистрибуционни системи и маркетингови комуникации;

Четвърто, разработване на методика за оценка на конкурентоспособността на туристическата дестинация за конферентен туризъм на общинско равнище;

Пето, характеристика на развитието на конферентния туризъм в България и в община Варна;

Шесто, анализ и оценка на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм на основата на резултатите от проведено емпирично проучване на мнението на туристическия бизнес и на организации, ползващи конферентния продукт на общината;

Седмо, изготвяне на SWOT анализ на община Варна като туристическа дестинация за конферентен туризъм;

Осмо, разкриване на тенденции в развитието на конферентния туризъм;

Девето, формулиране на предложения за усъвършенстване на компонентите на община Варна като дестинация за конферентен туризъм;

Десето, очертаване на насоки за управление на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм.

4. Изследователска теза и хипотези

Изследователската теза на дисертационния труд се свежда до твърдението, че **конкурентоспособността на туристическата дестинация за конферентен туризъм е функция от множество фактори**, основните сред които са: *инфраструктура, суперструктура, достъпност, системи за сигурност и безопасност, маркетингов микс, ефективна организация и партньорство между заинтересованите страни.*

Доказването на тезата се основава на приемането или отхвърлянето на следните хипотези (H) :

H1. Конкурентоспособността на дестинацията за конферентен туризъм е резултативна величина от правилното съчетаване на съдържателните компоненти на дестинацията в съответствие с профила на конферентните потребители.

H2. Община Варна има условия за развитие на конферентен туризъм.

H3. Община Варна е с по-висока конкурентоспособност от своите преки конкуренти.

H4. Община Варна има потенциал за повишаване на конкурентоспособността си като туристическа дестинация за конферентен туризъм

5. Изследователски инструментариум

Целта и задачите на разработката обуславят използването на следните основни **изследователски модели**:

Първо, описателно-инвентаризационен, чрез който се разкриват характеристиките на вътрешната и външната среда на община Варна като туристическа дестинация;

Второ, откривателски, който се използва за разграничаване на конкурентни недостатъци и предимства по основните компоненти на община Варна като туристическа дестинация за конферентен туризъм;

Трето, причинно - следствен, с който в лабораторни условия се очертават стратегически насоки за формиране на конкурентни предимства на изследваната дестинация.

За интерпретация на събраните по изследователската проблематика данни и формулиране на аргументирани изводи в разработката се използват основно два общонаучни методи - индукция (цялостна характеристика на системата на община Варна като туристическата дестинация) и дедукция (концептуализиране на стратегически насоки за повишаване на конкурентоспособността на община Варна като туристическа дестинация).

6. Информационно осигуряване

Изследването в дисертационния труд се основава на данни от разнообразни вторични източници, както и на данни от проведено емпирично проучване. Изследвани са систематично специализирани научни публикации от

български и чужди автори. Използвани са общо 111 литературни и информационни източници в т.ч. 35 заглавия на български език; 52 чуждестранни заглавия и 24 специализирани интернет сайтове.

7. Основни ограничения и проблеми по изследователската работа

Настоящото изследва е свързано в определени ограничения.

Първо, ограничение съществува поради липсата на достатъчно адекватна и надеждна статистическа информация по разглеждания проблем, което създава затруднения в изследователската работата

Второ, изследването е ограничено от фирмена конфиденциалност на информацията по изследвани от нас фактори, детерминиращи конкурентоспособността на община Варна като туристическа дестинация.

Трето, емпиричното изследване е ограничено до конкурентоспособността на туристическа дестинация на общинско равнище и конкретно до конкурентоспособността на община Варна.

II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Структура на дисертационния труд

Структурата на дисертационния труд се определя от съчетаването на предмета, обекта, целите и задачите му и отразява авторския подход към изследването.

Дисертационният труд се състои от въведение (7 стр.), изложение в три глави (178 стр.), заключение (8 стр.), списък на използваната литература (7 стр.).

Основният текст съдържа 10 таблици и 33 фигури. Списъкът на използваните източници се състои от 111 литературни източника. Към дисертационния труд има 4 приложения.

2. Съдържание на дисертационния труд

Съдържанието на дисертационния труд е в съответствие с поставените задачи и е представено в следната последователност:

СЪДЪРЖАНИЕ

Използвани съкращения

Увод

Глава първа. Теоретични основи на конферентния туризъм

1.1. Същност на конферентния туризъм

1.2. Конкурентоспособност на туристическа дестинация за конферентен туризъм

1.3. Методология за изследване на конкурентоспособността на дестинация за конферентен туризъм

Глава втора. Анализ на конкурентоспособността на община Варна, като дестинация за конферентен туризъм

2.1. Развитие на конферентния туризъм в България

- 2.2. Характеристики на конферентния туризъм в община Варна
- 2.3. Оценка на конкурентоспособността за община Варна като дестинация за конферентен туризъм

Глава трета. Насоки за повишаване на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм

- 3.1. Тенденции в развитието на конферентния туризъм
- 3.2. Усъвършенстване на компонентите на маркетинговия микс на община Варна като дестинация за конферентен туризъм
- 3.3. Управление на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм

Заключение

Списък на използваната литература и интернет ресурс

Приложения

III. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

ГЛАВА ПЪРВА

Глава първа от дисертационния труд има за цел да представи концептуалната рамка на конферентния туризъм, теоретичните и методологични аспекти на изследването на конкурентоспособността на дестинация за конферентен туризъм.

В § 1.1. Същност на конферентния туризъм се дефинира понятието „*конферентен туризъм*“. Конферентният туризъм е форма на делови (бизнес) туризъм, който се изразява с пътуване и пребиваване в дадена дестинация с цел участие в научно, бизнес или политическо мероприятие. Същността на конферентния туризъм е да създаде условия за благоприятна атмосфера за протичане на дадено мероприятие, да се даде възможност за срещи между участниците, обмен на опит, дискусии, информация, създаване на бизнес контакти и преговори и не на последно място да се даде възможност на делегатите да се запознаят с културно – историческите забележителности на дестинацията, развлечения, забавления и отмора извън протокола. В този смисъл конферентният туризъм включва цялостната подготовка, организация и провеждане на едно мероприятие, както и съпътстващите ги познавателни и развлекателни програми.

На основата на интерпретациите на различни автори се дискутира аналогичният термин на конферентния туризъм в туристическата теория и практика - *МАЙС (MICE) туризъм*.² МАЙС туризмът, разбран като съвкупност от срещи, стимулиращи пътувания, конференции и изложения е вид туризъм, при който големи групи, с предварително планирани мероприятия, се събират на

² Getz.D. Event Tourism: Definition, event tourism and research in Tourism Management, vol.29 No 3, 2008.; Кадиева, С., К. Янчева. Град Варна като дестинация за развитие на MICE ТУРИЗЪМ, научни трудове от кръгла маса „Специализирани видове туризъм”2-4 юни, Академично издателство на Аграрен Университет-Пловдив, Том LX, кн 1, 2016; Маринов, С. МАЙС туризмът: съвременни теоретико-практически аспекти, MICE туризмът: фестивали, инсентиви, конференции, изложения. Изд. Славена, 2019; Янчева, К. Възможности за развитие на MICE туризъм в град Варна (на примера на културно-развлекателен комплекс „Морско Казино“, MICE туризмът: фестивали, инсентиви, конференции, изложения. Изд. Славена, 2019

определено място и в регламентирано време. Напоследък се наблюдава тенденция в практиката да се използва терминът „индустрия на делови срещи“, за да се избегне объркване от съкращението.³

В обобщение се разграничават факторите за развитието на конферентния туризъм - *урбанизирането, развитието на бизнеса и икономиката; популяризирането на деловите срещи и събития, повишаването на безопасността и сигурността на деловите пътувания, стремежът за удължаване на туристическия сезон в дестинацията и др.*

В § 1.2. Конкурентоспособност на туристическа дестинация за конферентен туризъм са представени теоретичните аспекти на конкурентоспособността на туристическите места, предлагащи конферентен туризъм. Дискутират се концепциите за конкурентоспособността на М. Портър и Ст. Гарели.⁴ Разкрива се спецификата на конкурентоспособността на туристическата дестинация на основата на критичен анализ на теоретичните постановки на автори като М. Рибов, М. Нешков, С. Маринов, В. Казанджиева, Б. Ричи и Г. Крауч, Л. Дуайър, Е. Хийт, О. Бахар и М. Козак и др.⁵ Специално внимание се отделя на изследванията на конкурентоспособността на туристическа дестинация на основата на разработения и използван от Световния икономически форум Индекс на конкурентоспособността в сектор „Пътувания и туризъм“⁶

В обобщение са систематизирани детерминантите, които оказват влияние върху развитието на туристическата дестинация за конферентен туризъм – достъпност, сигурност и безопасност, конферентна инфраструктура; удобства за настаняване и изхранване; възможности за развлечения в свободното време.

В § 1.3. Методология за изследване на конкурентоспособността на дестинация за конферентен туризъм⁷ са представени авторски модел и методика за изследване и оценка на конкурентоспособността на конферентна туристическа дестинация. Изследователският модел на фиг. 1 интегрира елементите на маркетинговия микс на дестинация за конферентен туризъм,

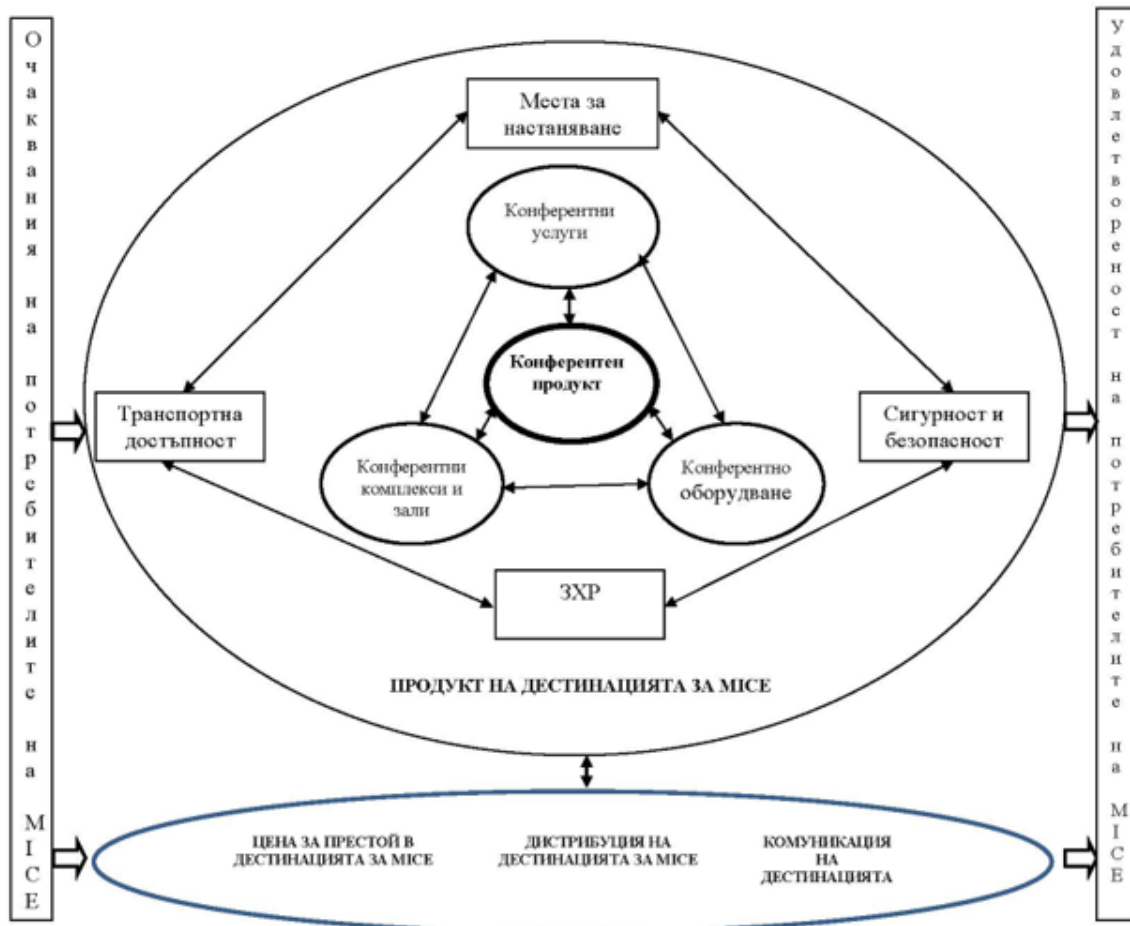
³ICCA. What is MICE? Available online: <http://www.iccaworld.org/about-icca/faq/> (25.07.2021)

⁴ Портър, М. Конкурентното предимство на нациите. София, 2004; Garelli, St. Competitiveness of Nations: The Fundamentals, International Institute for Management Development (IMD), 2002. <http://www.compilerpress.ca/Competitiveness/Anno/Anno%20Garelli%20CN%20Fundamentals.htm>, (Accessed on 15 June, 2023);

⁵ Рибов, М. Управление на конкурентоспособността в туризма, С, 2003; Ritchie, J.R., Brent, G. Crouch. I. The competitive destination: A sustainable perspective. *Tourism Management*. 21, 2000; Heath, E. Towards a model to enhance Africa's sustainable tourism competitiveness. *Proceedings of the Australian Tourism and Hospitality Research Conference*. Coffs Harbour, February 2003, 21-23. 04, 2002 <http://www.up.ac.za/academic/economic/NEPAD.htm>, oct., 2004; Dwyer, L., Ch. Kim. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators (2003), DOI: [10.1080/13683500308667962](https://doi.org/10.1080/13683500308667962); Dwyer, L., P. Forsyth, and R. Spurr (2004). "Evaluating Tourism's Economic Effects: New and Old Approaches." *Tourism Management*, 25; Нешков, М., С. Маринов, В. Казанджиева, Т. Дянков. Конкурентоспособност на туристическата дестинация. Варна, 2013; Fuchs, M., Kl. Weiermair. Destination Benchmarking: An Indicator-System's Potential for Exploring Guest Satisfaction, *Journal of Travel Research*, Vol. 42, February 2004, 212-225 DOI: [10.1177/0047287503258827](https://doi.org/10.1177/0047287503258827), at Eindhoven Univ of Technology on January 9, 2015; Bahar, O., M. Kozak. Advancing Destination Competitiveness Research: Comparison Between Tourists and Service Providers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 22(2) 2007

⁶ Wprld Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 Travel and Tourism at a Tipping Point // https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (Accessed on 15 December, 2022)

заклучени между очакванията и удовлетвореността на потребителите на МАЙС туризъм. Детайлно се представя конферентния продукт като съвкупност от елементи на две равнища – централно и периферно (допълващо). Централното равнище включва конферентната суперструктура (зали, конферентни комплекси), конферентното оборудване и конферентните услуги. На периферно равнище са представени достъпността на дестинацията, сигурността и безопасността, местата за настаняване и заведенията за хранене в туристическото място.



Фигура. 1 Модел за анализ и оценка на конкурентоспособността на дестинация за конферентен туризъм
Източник: фигурата е изготвена от автора

Методиката на изследване включва разработена анкетна карта по компонентите на модела за проучване мнението на заинтересованите страни. Предложената анкета за нуждите на изследването е от типа: **стандартна анкета** - отделните въпроси и вариантите на отговори са дадени предварително и в определена последователност. За разработването на анкетната карта е използван модел на анкета за оценка на конкурентоспособността на туристическа дестинация с авторски колектив М. Нешков, С. Маринов, Т. Дянков, Г. Илиева.⁸

⁸ Нешков, М., Маринов, С., Казанджиева, В., Дянков, Т., Илиева, Г. Конкурентоспособност на община Варна като туристическа дестинация. Варна: Наука и икономика, 2014

За провеждане на анкетното проучване се следва методология, която се изразява в подготовка, провеждане и анализ на резултатите от анкетното проучване.

ГЛАВА ВТОРА

Анализ на конкурентоспособността на община Варна, като дестинация за конферентен туризъм

Глава втора на дисертационния труд е посветена на анализ и оценка на конкурентоспособността на конферентния туризъм в община Варна.

В § 2.1. Развитие на конферентния туризъм в България – е представена ретроспекцията на българската туристическа индустрия за срещи и събития от нейното създаване до днес.

Развитието на конферентния туризъм в света се диктува основно от конгресните бюра – специализирани маркетингови компании, които представляват и популяризират туристическата конферентна дестинация на туристическия пазар. През недалечната 2016 г. с учредители НПО и частни асоциации се създава сдружението „Българско конгресно бюро – БКБ” със седалище в сградата на Националния дворец на културата. БКБ е член на Международната асоциация за конгреси и конвенции (International Congress and Convention Association – ICCA), която е най-голямата действаща международна организация в събитийната индустрия. БКБ работи активно за популяризиране на възможностите на България за конферентен туризъм.

Изводът е, че България разполага с добри условия за провеждане на делови срещи, конгреси и корпоративни събития - за целта страната ни разполага с необходимата суперструктура. Паралелно с добре изградената суперструктура, инфраструктурата е от съществено значение за страната, състоянието ѝ е определящо за развитието на туризма, в т.ч. на конферентния. Един от важните за конферентната индустрия инфраструктурни компоненти е състоянието на авиотранспорта и наземните съоръжения (летищата), тъй като основната част от бизнес пътуванията се извършват със самолет. България може да се похвали с инвестициите в инфраструктурните и технологични подобрения на летищата София, Варна и Бургас.

§2.2. Характеристики на конферентния туризъм в община Варна. В параграфа се характеризира община Варна като дестинация за конферентен туризъм. Отличителна черта на дестинацията е нейната бивалетност– от една страна е деловият и бизнес туризъм, а от друга се включват и елементи на ваканционния, развлекателния и културния туризъм. Тази бивалентност носи значими позитиви на община Варна с оглед на нейните антропогенни и природни дадености.

Географското разположение, инфраструктурата, биоклиматичният потенциал, атрактивното крайбрежие за туристите, както и икономическите и човешки ресурси осигуряват отлични възможности за просперитет на общината като туристическа дестинация. Богатите природни ресурси и древна история

превръщат град Варна в един от най- привлекателните и известни курортни центрове в Европа и най-големия в черноморския регион.

Хотелиерската индустрия, предлагаща услуги в конферентния и събитийен туризъм, разполага с висококатегорийни места за настаняване. На територията на Община Варна, по данни на НСИ, през 2020 г. функционират 70 хотела в клас четири и пет звезди с общ брой на легла в тези местата за настаняване 30 074.

Общината разполага с модерни специализираните центрове за конферентен и МАЙС туризъм - Двореца на Културата и Спорта и Фестивален и конгресен център.

Фестивален и конгресен център (ФКЦ) - е обособен културен институт с големи функционални възможности. Единайсетте различни по капацитет и предназначение зали предлагат възможности за осъществяването на конгресни, културни и обществени прояви. ФКЦ е член на три от най-престижните международни конгресни асоциации -Международна асоциация за конгреси и конференции (ИССА); Европейска федерация на конгресните градове (ЕФСТА); Международна асоциация на конгресните центрове (АІРС). Членството в тези организации означава не само престиж и признание, но това осигурява на ФКЦ заетост на базата, ангажименти и приходи.

Дворецът на културата и спорта (ДКС) е многофункционален център, който разполага с 6 зали с капацитет от 55 до 5 200 седящи места. Самият комплекс е притегателно място, където се провеждат значими за града събития, както спортни, културни, така и множество срещи, събития и изложения с национален и международен характер. Повече от 20 г. ДКС е стопанин на Летния театър, които се намира в сърцето на Морската градина, разполагащ с 2341 места. С изключително живописният интериор и екстериор мястото е желана сцена от наши и чужди изпълнители.

§2.3. Оценка на конкурентоспособността за община Варна като дестинация за конферентен туризъм.

Оценката на конкурентоспособността на община Варна като МАЙС дестинация се основава на полево анкетно проучване. В изследването са включени експерти в областта на предлагането, организирането и потреблението на специфичните услуги на конферентния туризъм, специалисти в областта на туризма и потребители на МАЙС услуги. Анкетирането е насочено конкретно към *шест основни групи: представители на центрове и изложбени комплекси; посредници-организатори на конферентен туризъм; хотелски комплекси; организации-ползватели на конферентен туризъм и НПО организации - всички те с обща мисия - развитието на конферентния туризъм на територията на Варна.*

Конкурентоспособността на община Варна се изследва по фактори, разграничени и интегрирани в разработения изследователски модел. Задачата на анкетата е респондентите да оценят дестинацията по отделните показатели, като за целта се използва Ликертовата скала.

В логическа последователност в анкетата са заложили оценки на най-важните фактори, които влияят на деловия и бизнес туризъм: *транспортната достъпност, имидж на дестинация, наличието на специализирана среда в индустрията за провеждане на срещи и събития, високо категорийните места за настаняване, места за хранене, хоби и развлечения.*

Анкетата е реализирана двукратно в един предходен и един последващ период за с цел проследяване на измененията във факторите, детерминиращи конферентния туризъм в дестинацията. През 2019 г. е проведена първата анкета, която има за цел да оцени факторите, влияещи върху привлекателността на Варна като дестинация за конферентен туризъм. В изследването са включени общо 53 експерти и специалисти в областта на туризма. Втора анкета е проведена в периода между април - ноември 2021 г., като в нея участват 66 представители от областта на туризма.

Общата оценка на анкетираните за достъпност, популярност и имидж на дестинация Варна се повишава през 2021 г. (спрямо предходния анкетен период). Наблюдава се тренд на спад в критериите сигурност и безопасност, благоприятната среда за развитие на МАЙС туризма в резултат на пандемията SARS Cov-2 и глобалното ограничаване на движение и срещи на обществото (2020 -2021 г.).

Факторът комуникационна инфраструктура следва своя плавен и сигурен темп на развитие. Важна предпоставка за устойчив растеж, иновации и предоставяне на широк диапазон цифрови услуги, базирани на бързия обмен на големи обеми данни е наличието на модерна инфраструктура. Степента на дигитализация на Варненската телекомуникационна мрежа е три пъти повече от средната за страната.

Важен момент от проведеното анкетно проучване е сравнението на община Варна по показателя „съотношение качество-цена“ с основни конкурентни дестинации за конферентен туризъм на национално и международно ниво. Община Варна е сравнена с общините Бургас, Пловдив и Столична община. На трансгранично ниво сравнението е между общините Варна, Констанца (Румъния) и Солун (Гърция).

В резултат на оценките и сравненията в проведеното анкетно проучване се систематизират силните и слабите страни на община Варна като дестинация за конферентен туризъм.

Основните конкурентни предимства на община Варна като дестинация за конферентен туризъм са:

- ✓ Благоприятно туристико-географско разположение;
- ✓ Висока степен на достъпност до основни емитивни пазари за конферентен туризъм;
- ✓ Варна е добре разпознаваема дестинация в туристическата и МАЙС индустрия;
- ✓ Варна има достатъчно висококатегорийни хотели, конферентни зали и центрове с капацитет за нуждите на деловите туристи;
- ✓ Варна има по-ясна концепция за развитието на МАЙС туризма;

Слаби страни на общината като дестинация за конферентен туризъм са:

- ✓ Варна се нуждае от по-качествена и иновативна инфраструктура;
- ✓ Варна изостава в изграждането на съоръжения за атракция и развлечения на гостите и жителите на града;
- ✓ Варна изостава с изграждането на съоръжения за достъп на хора с увреждания и затруднени с придвижването лица;

- ✓ Необходимо е да се преодолее предлагането на качествени туристически услуги с ниска цена, което от своя страна е пряко свързано с мотивацията и кадровата обезпеченост в деловия туризъм;
- ✓ Необходима е по-бърза адаптация на бизнеса към новите хибридни форми за провеждане на събития;
- ✓ Липсва институционално звено на общинско равнище – конгресно бюро, което да маркетира дестинацията по линията на конферентния туризъм.

На основата на теоретичната дискусия, реализираното полево анкетно проучване и анализиранияте резултати от него се доказват формулираните хипотези, както следва:

Първо, потвърждава се хипотезата, че конкурентоспособността на дестинацията за конферентен туризъм е резултативна величина от правилното съчетаване на съдържателните компоненти на дестинацията в съответствие с профила на конферентните потребители.

Второ, потвърждава се допускането, че Община Варна има условия за развитие на конферентен туризъм.

Трето, установява се, че Община Варна има конкуренти предимства спрямо своите преки конкуренти – национални (Бургас, Пловдив и София) и международни (Солун и Констанца).

Четвърто, потвърждава се допускането, че Община Варна има потенциал за повишаване на конкурентоспособността си като туристическа дестинация за конферентен туризъм.

ГЛАВА ТРЕТА

Насоки за повишаване на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм

§ 3.1. Тенденции в развитието на конферентния туризъм

Основните фактори, които ще оказват влияние за развитието на конферентния туризъм условно могат да бъдат разделени в две групи – фактори на миналото и фактори на бъдещето.

Фактори на бъдещето са тези, от които пряко ще зависи позиционирането на дестинация за МАЙС туризъм:

- Социални мрежи и мобилни устройства;
- Хибридни и виртуални бизнес срещи;
- Опитност в провеждане на срещи от „ново“ поколение – технически подготвени модератори.

Тенденциите на конференциите, деловите срещи и събитията от „ново поколение“ ще бъдат свързани със систематизирането и структурирането в персонализацията и дигитализацията на проявите. В близко бъдеще основните действащи лица (домакини) на срещите на живо ще бъдат – водещият на събитието, интериорният дизайнер и дигиталният оператор.

Загрижеността на съвременния човек, както за собственото му здравословно и материално благополучие, така и за опазването на околната среда, го превръща в разумен потребител. Съвкупността от устойчиви продукти

по съответен признак формират устойчива МАЙС индустрия чрез създаване на „зелени“ или отговорни конферентни центрове. Организаторите на събития все по-често анализират международните проблеми, свързани с климатичните промени и внедряват „зелени“ стратегии по време на МАЙС събития.

Деловите туристи в Европа показват какви са предпочитанията на бизнес пътуващите хора и хвърлят светлина в корпоративните нагласи. Появата на нов модерен бизнес турист, в който се асоциира професионалното и персонално развитие. Важно е да се отбележи, че пътуващите бизнес туристи обръщат все по-голямо внимание върху възможността за пълноценна почивка през нощта и по-кратко време за път. В днешно време конферентният турист прави своя избор, до голяма степен повлиян от положителния аспект на пътуването, продуктивността и интензивността на работа.

Значението на международните прояви е изразено и в техния информационен и социален ефект, който се изразява в обмен на информация между политици, културни дейци и др., а ако проявите са на бюджетна основа, то те преследват политически и информационен ефект. Тези международни форуми имат ясно изразен икономически ефект. Динамиката на туризма в световен мащаб изтласква на преден план все по – отговорните и интерактивни туристи.

§ 3.2. Усъвършенстване на компонентите на община Варна като дестинация за конферентен туризъм

Повишаването на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм е свързано на първо място с нарастване на качеството на туристическия продукт. Качеството на тоталния туристически продукт се променя непрекъснато в резултат на промените в неговите компоненти – включените услуги и стоки.

Качеството на услугите в МАЙС туризма и в частност в община Варна могат да се разглеждат и екологичен контекст. Екологичните предизвикателства на съвременния маркетинг се свързват както с новите технологии на активно вмешателство в природата, така и с новите изисквания на хората за начина на живот (работа, почивка, храна, облекло и др.). Община Варна като дестинация, предлагаща туристически продукти синтезира всички ресурси и усилия във фокуса на крайната цел – създаване на екологичен продукт със свойства, които да задоволяват потребностите на посетителите по-добре в сравнение с конкурентните дестинации.

Община Варна следва да създава продукт за конферентен туризъм, който да се основава на научно-техническите постижения, да задоволява специфичните потребности на МАЙС туристите, но също така да задоволява и техните традиционни туристически потребности от социализация с колеги и приятели, опознаване на историко-културните традиции на дестинацията и забавления през свободното време.

Усъвършенстването на компонентите на дестинация Варна за повишаване на нейната конкурентоспособност относно МАЙС туризма изисква предприемането на определени дейности, които пряко касаят и местната изпълнителна администрация на община Варна. За повишаване на ценовата конкурентоспособност на дестинацията Дирекция „Туризъм“ - Варна е необходимо да използва седем индекса - страна на произход на потребителите

(емитивният пазар); пазарна конкуренция; страна на посещение (рецептивният пазар); компилирането на данните за относителните цени; , цените и техният разходен дял се агрегират в годишния бюджет на община Варна; трябва да се изчислят съотношението на покупателната способност (PPP – Purchasing Power Parities) на туристическите разходи; обменния валутен курс.

3.3. Управление на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм.

Управлението и планирането на човешките ресурси е основен структурен компонент в развитието на община Варна, като дестинация за МАЙС туризъм. Конферентната индустрия е в пряко взаимодействие и тясно обвързана с човешката дейност.

Когато говорим за маркетингов подход е необходимо да оценим: има ли изградена концепция за развитието на МАЙС туризма в община Варна, съобразена с новите нагласи и предизвикателства в индустрията за конферентни събития. При разработването на плана трябва да се отчетат идеите, очакванията и намеренията на всички заинтересовани страни. Това най-често се осъществява с изготвянето на добър план относно *брандирането, позиционирането, основните компетенции и новия потребител* на ХХІ в.

За брандирането на община Варна като „Град на делови срещи и събития“ е необходимо: дестинацията да утвърди своя марка за сегментите на конферентния туризъм и бизнес-партньорите в тези сегменти. Всяка успешна дестинация трябва да аргументира своите „туристически и икономически“ предимства пред корпоративните клиенти и асоциации в МАЙС индустрията.

Заинтересованите страни в дестинация Варна следва да работят както за позициониране (създаване на имидж или идентичност в съзнанието на целевия пазар), така и за препозициониране (промяна на идентичността на дестинацията като продукт, спрямо идентичността на отшумяващо конкурентно преимущество), като винаги се има в предвид промяна на мнението на участниците в МАЙС сектора и постоянната му еволюция.

В управлението на Община Варна като дестинация за конферентен туризъм следва да акцентира върху три ключови направления: използване на *иновации и оригиналност* в предлагането на стоки и услуги като конкурентна дестинация; *създаване и прилагане на ефективна маркетингова рамка* за привличане вниманието на потенциалния пазар на МАЙС туризма; осигуряване на *незабравими преживявания* за посетителите-участници в МАЙС събитията.

В обобщение са очертани конкретни препоръки за управлението на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм:

Първо, концепцията за развитието на община Варна като „дестинация на МАЙС туризъм“ трябва да бъде заложена в стратегическите планово документи на общината за развитие до 2030 г.

Второ, необходимо е създаване на конгресно бюро на територията на общината (Варненски конгресен център – ВКЦ).

Трето, необходимо е се поддържа отлична комуникационна инфраструктура, влияеща на увеличаващия се трафик, да има покритие, скорост

и надеждност, необходими за посрещане на нуждите на съвременния дигитален живот.

Четвърто, действия за увеличаване продължителността на престоя на бизнес туристите.

Пето, увеличаване на приходите от МАЙС туризъм.

Шесто, увеличаване на интереса към допълнителните за МАЙС туризма видове туризъм: културен, гурме и винен, развлекателен, спа и уелнес и др.

Варна е сред най-популярните черноморски дестинации в Европа и град на четири сезона. Това я прави подходящо място за развитие на МАЙС туризъм.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключението са обобщени анализите и изводите относно конкурентоспособността на дестинация за конферентен туризъм. Систематизирани са теоретичните и практическите насоки за управлението и повишаването на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм.

Основния извод от анализа на конферентна дестинация Варна е, че община Варна има условия и потенциал за развитие на МАЙС туризъм. Дестинацията има визия и планирани оперативни мерки относно бъдещото развитие на индустрията за делови срещи и събития, което е резултат от дългогодишния натрупан опит, знания и реализация на МАЙС туризъм в реална конкурентна среда.

Реализирането на споделените идеи за повишаването на конкурентоспособността на община Варна като дестинация за конферентен туризъм има своята благодатна предпоставка в желанието и готовността на всички заинтересовани страни в дестинацията за партньорство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кадиева, С., К. Янчева. Град Варна като дестинация за развитие на МІСЕ ТУРИЗЪМ, научни трудове от кръгла маса „Специализирани видове туризъм”2-4 юни, Академично издателство на Аграрен Университет-Пловдив, Том LX, кн 1, 2016.
2. Маринов, С. МАЙС туризмът: съвременни теоретико-практически аспекти, МІСЕ туризмът: фестивали, инсентиви, конфернции, изложения. Изд. Славена, 2019.
3. Нешков, М., Маринов, С., Казанджиева, В., Дянков, Т., Илиева, Г. Конкурентоспособност на община Варна като туристическа дестинация. Варна: Наука и икономика, 2014
4. Нешков, М., Рачев, Р., Маринов, С., Дянков, Т., Кадиева, С., Казанджиева, В. Конкурентоспособност на туристическата дестинация. Варна : ФИЛ, 2013
5. Портър, М. Конкурентното предимство на нациите. София, 2004.
6. Рибов, М. Управление на конкурентоспособността в туризма, С, 2003
7. Янчева, К. Възможности за развитие на МІСЕ туризъм в град Варна (на примера на културно-развлекателен комплекс „Морско Казино“, МІСЕ туризмът: фестивали, инсентиви, конфернции, изложения. Изд. Славена, 2019.

8. Bahar, O., M. Kozak. Advancing Destination Competitiveness Research: Comparison Between Tourists and Service Providers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 22(2) 2007.
9. Dwyer, L., P. Forsyth and R. Spurr. "Evaluating Tourism's Economic Effects: New and Old Approaches." *Tourism Management*, 25. 2004.
10. Dwyer, L., Ch. Kim. *Destination Competitiveness: Determinants and Indicators*, 2003
11. Fuchs, M., Kl. Weiermair. Destination Benchmarking: An Indicator-System's Potential for Exploring Guest Satisfaction, *Journal of Travel Research*, Vol. 42, February 2004.
12. Garelli, St. *Competitiveness of Nations: The Fundamentals*, International Institute for Management Development (IMD), 2002
//<http://www.compilerpress.ca/Competitiveness/Anno/Anno%20Garelli%20CN%20Fundamentals.htm>, (Accessed on 15 June, 2023)
13. Getz, D. Event Tourism: Definition, event tourism and research in *Tourism Management*, vol. 29 No 3, 2008.
14. Heath, E. Towards a model to enhance Africa's sustainable tourism competitiveness. *Journal of Public Administration* • Vol 37 no 3.1 • Nov. 2002.
Available online:
https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/5439/Heath_Towards%282002%29.pdf?sequence=1 (25.07.2021)
15. ICCA. What is MICE? Available online: <http://www.iccaworld.org/about-icca/faq/> (25.07.2021)
16. Ritchie, J.R., Brent, G. Crouch. I. The competitive destination: A sustainable perspective. *Tourism Management*. 21, 2000.
17. World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019* Travel and Tourism at a Tipping Point // https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (Accessed on 15 December, 2022).
18. WTTC. *GLOBAL ECONOMIC IMPACT & TRENDS 2021*. Available online: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> (June 2022).

IV. СПРАВКИ ЗА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Като резултат от извършената изследователска работа по дисертационния труд могат да се открият следните по-важни научни и практико-приложни приноси:

Първо, изяснена е теорията за дефиниране и класифициране на конферентния туризъм като проява на делови срещи и събития. Систематизирани са факторите, определящи развитието и конкурентоспособността на дестинацията за МАЙС туризъм.

Второ, разработен е авторски модел за изследване и оценка на конкурентоспособността на дестинация за конферентен туризъм, който е апробиран по примера на община Варна,

Трето, чрез анкетно проучване е изследвана, анализирана и е оценката конкурентоспособността община Варна като дестинация за конферентен туризъм. Изведени са силните и слабите страни на дестинацията чрез сравнение с основни национални (Бургас, Пловдив, София) и международни (Солун, Констанца) конкурентни дестинации.

Четвърто, предложени са авторски идеи и препоръки за повишаване на конкурентоспособността община Варна като дестинация за конферентен туризъм.

V. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Статии

1. Христова, С.(2016) Съвременни тенденции в развитието на конгресния туризъм във Варна”. В Научни трудове. Аграрен университет - Пловдив, Специализирани видове туризъм – предизвикателства и перспективи LX., кн.1, изд. Академично издателство на Аграрния университет Пловдив, с. 361-368. ISSN 1312-6318

Доклади

1. Христова, С., (2017) „Образованието като фактор за конкурентоспособност и развитието на европейската туристическа индустрия“. В Сборник от VIII Международна научна конференция "Икономиката в променящия се свят- национални, регионални и глобални измерения" (ИПС-2017) . изд. „Наука и икономика“ – ИУ Варна, с 56-63, ISBN 978-954-21- 0928-0
2. Христова, С. (2018). Нагласи за приложимост на роботизацията и изкуствения интелект в туристическата индустрия на България. В: Сборник от Черноморски туристически форум “ Черноморски регион – дестинация за устойчиви туристически продукти”, изд. Славена – Варна , с. 216-225, ISBN 978-619-190-122-7
3. Христова_С., М. Стоянова (2019). Конкурентните предимства на община Варна като дестинация за MICE туризъм. В: Сборник от Черноморски туристически форум “ MICE ТУРИЗМЪТ: Фестивали, инсентиви, конференции, изложения”, изд. Славена – Варна , с. 198-207, ISBN 978-619-190-149-4