

Схема за безвъзмездна финансова помощ BG161PO001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване“, проект BG161PO001/3.3-01/2008/001-1  
"Маркетингови проучвания и оценка на ефективността на националния маркетинг"



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013  
[www.bgregio.eu](http://www.bgregio.eu)

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от държавния бюджет на Република България

ПРОЕКТЪТ СЕ ИЗПЪЛНЯВА ПО ПОРЪЧКА НА МИНИСТЕРСТВОТО НА ИКОНОМИКАТА, ЕНЕРГЕТИКАТА И ТУРИЗМА

# ПРОУЧВАНИЯ НА ЧУЖДЕСТРАННИТЕ ПОСЕТИТЕЛИ В БЪЛГАРИЯ - СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ВИДОВЕ ТУРИЗЪМ, 2010

ИЗПЪЛНИТЕЛ:  
Консорциум "СИНЕСТА"

ЕСТАТ ООД И СИНОВЕЙТ ЕООД

*"Проучвания на чуждестранните посетители в България и пътуванията на българите в страната"*

- **Цели:** изследване на чуждестранните туристи, практикували културен, СПА/балнео, еко и селски туризъм в България, изучаване на характеристиките на пътуванията, измерване на удовлетвореността и оценка на имиджа на България като дестинация за специализиран туризъм

## Описание на проучването

- Размер на извадката:  
9 020 души\*,  
сред тях практикували:
  - Културен туризъм – 3155 души
  - СПА/балнео туризъм – 2393 души
  - Еко туризъм – 2389 души
  - Селски туризъм – 2220 души
- Метод на регистрация:  
интервю при излизане от страната и на местата за почивка
- Период на провеждане:  
април – юли 2010 г.

\* Сумата по видове туризъм надхвърля общия размер на извадката, защото част от туристите са практикували повече от един вид туризъм

# Най-важното накратко

- България е **привлекателно направление** за културен, СПА/ балнео, еко и селски туризъм.
- Предлаганата туристическа услуга у нас е **висококачествена** и се оценява много добре от потребителите. Показателят „удовлетвореност“ е **устойчив във времето**.
- Чуждестранните туристи са **лоялни към дестинацията** и биха я препоръчали като място за специализирани видове туризъм.
- Проблемна област остават **пътищата и трафикът**.
- **Информацията за България** като дестинация за специализирани видове туризъм според туристите е **недостатъчна**.

# Най-важното накратко

4

www.estatbg.com • www.synovate.com

## Приключение



СПА /  
балнео  
туризъм

Селски  
туризъм

Културен  
туризъм

Еко  
туризъм

**Приключението** - ключов акцент в предлагането на специализирани форми на туризъм

5

# Обща информация

# Защо в България?

6

www.estatbg.com • www.synovate.com

## Фактори, определящи избора на дестинация по важност

- Природа
- Уникалност и усещане за специално изживяване
- Достъпност на обектите
- Здравни услуги наблизо
- Допълнителни туристически услуги

**За привличане на посетители:  
акцент върху уникалността на  
дестинацията – природа,  
специално изживяване,  
допълнителни услуги**

## Причини за избор на България по видове туризъм

Културен туризъм

- Забележителности

СПА/ балнео туризъм

- По-ниски цени

Еко туризъм

- Природа

Селски туризъм

- Природа

# Основни конкуренти

- Малко туристи се колебаят в избора на дестинация – близо 7% сред всички.
- Топ 5 на дестинациите за специализирани видове туризъм, „състезавали” се в съзнанието на потребителя преди да предпочете България са:
  - ▣ **Гърция, Турция и Румъния** – за всички видове туризъм;
  - ▣ **Испания** – за културен, СПА/ балнео и еко туризъм;
  - ▣ **Италия** – за СПА/балнео и културен туризъм;
  - ▣ **Австрия** – за еко и селски туризъм;
  - ▣ **Сърбия** – за селски туризъм.
- Вероятен модел на избор на дестинация:



# Организация на почивката

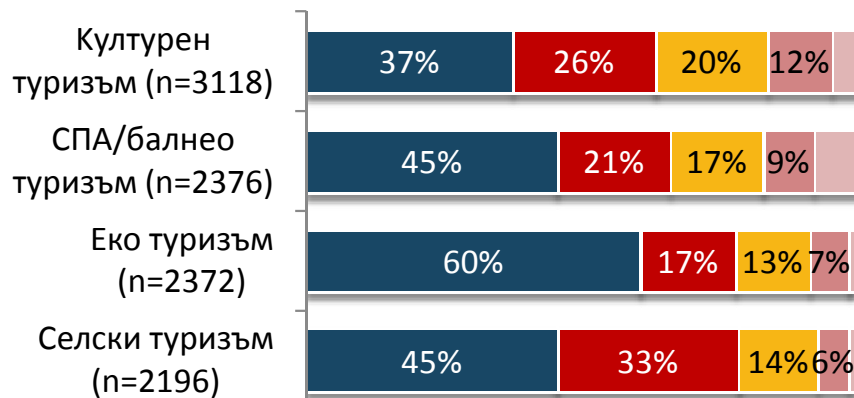
8

www.estatbg.com • www.synovate.com

## Начин на организация

### Как организирахте почивката си?

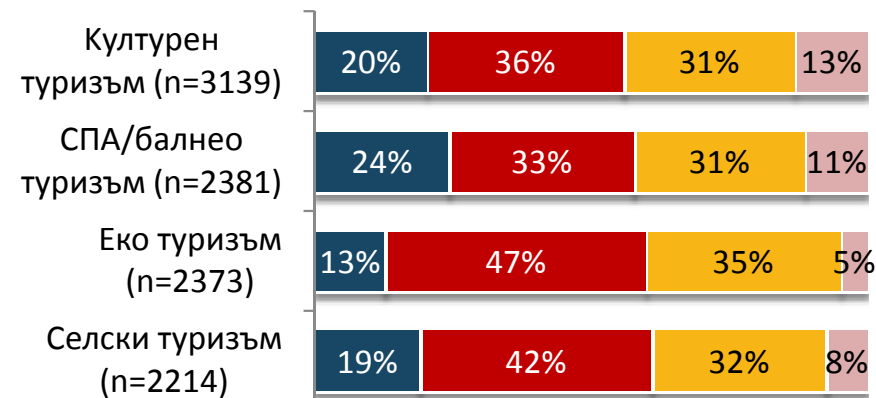
- чрез туристическа агенция
- пристигнах без резервация
- резервирах по интернет
- свързах се директно с домакините
- по друг начин



## Период на планиране

### Колко време по-рано планирахте почивката си?

- до две седмици преди пътуването
- около месец преди пътуването
- 2-3 месеца преди пътуването
- по-рано



Ясно изразена връзка между ранното планиране на почивката и закупуването на туристически пакет



# Информационни източници

Източници на информация	Вид специализиран туризъм			
	Културен	СПА/ балнео	Еко	Селски
<i>База:</i>	3133	2387	2384	2214
туроператор/ туристическа агенция	49%	52%	69%	57%
предишен опит	30%	38%	31%	31%
препоръка от приятели/ роднини	30%	25%	30%	26%
други интернет страници	25%	15%	26%	19%
рекламна брошура, каталог, проспект	16%	12%	32%	26%
официалната туристическа страница на България - <a href="http://www.bulgariatravel.org">www.bulgariatravel.org</a>	14%	9%	15%	21%
пътеводител / географска литература	17%	10%	14%	16%
интернет блогове	13%	8%	13%	10%
друго	33%	22%	27%	30%
<b>общо</b>	<b>226%</b>	<b>190%</b>	<b>256%</b>	<b>236%</b>

Туроператорите остават основния източник на информация за почивката в България.

Среден брой източници – 2. Най-активни в търсенето на информация са еко туристите, с най-ниска активност са практикувалите СПА туризъм

# Продължителност. Разходи. Пакет

10

www.estatbg.com • www.synovate.com

- Средна продължителност на престоя - **6 нощувки**.
  - ▣ Най-дълга е почивката на туристите от Русия (средно 8,5 нощувки), а най-кратка – на посетителите от Балканските държави (средно 3,8 нощувки).
- Среден разход на човек: на ден - **67 евро**, за цялата почивка - **379 евро**.
- **47%** от практикувалите поне един от четирите вида специализиран туризъм **са предплатили пакет туристически услуги**
  - ▣ По-често пакет купуват туристите от Русия, Великобритания и Скандинавските страни

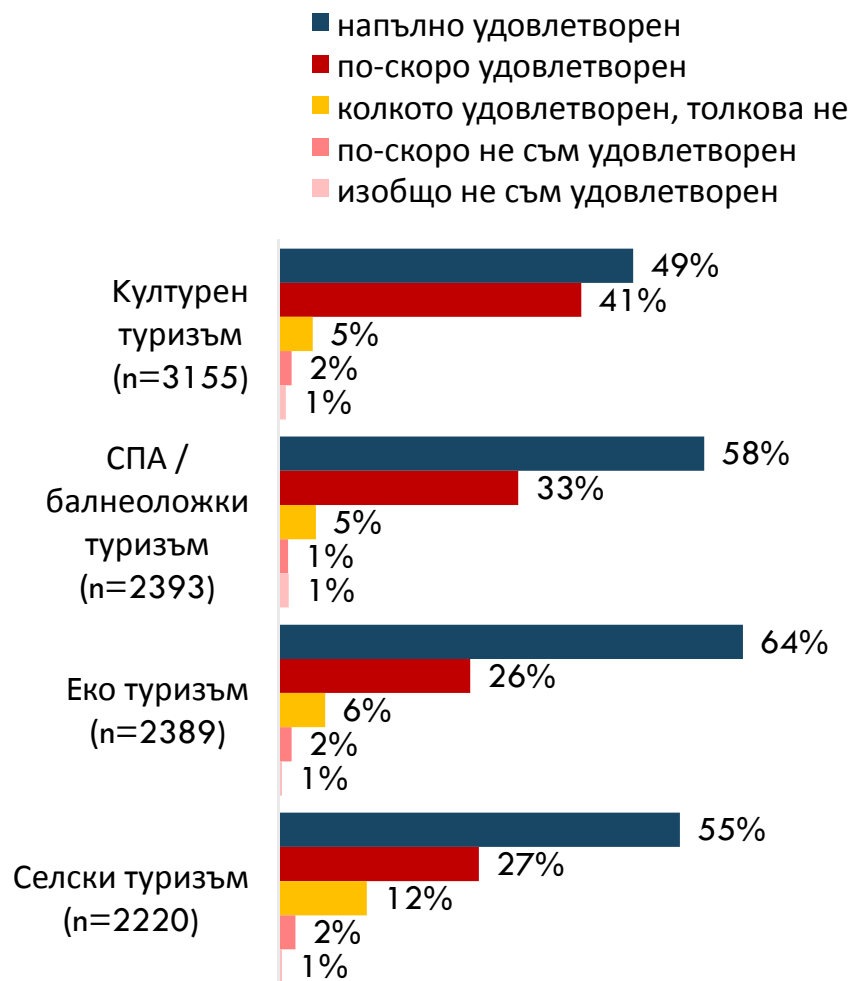
Данни за почивката	Вид специализиран туризъм			
	Културен	СПА/ балнео	Еко	Селски
База:	1692	1585	1509	1608
Средна продължителност на престоя	6,4 нощ.	6,7 нощ.	6,4 нощ.	6,1 нощ.
Среден разход на човек на ден	80 €	66 €	66 €	62 €
Среден разход на човек за цялата почивка	458 €	409 €	369 €	326 €
Среден разход за цялата почивка за всички пътували	914 €	803 €	769 €	665 €
Дял на ползвалите пакет	40%	49%	61%	43%

# Удовлетвореност – обща и по елементи

11

www.estatbg.com • www.synovate.com

## Обща удовлетвореност от почивката по видове практикуван туризъм



- **Устойчива** във времето **висока** удовлетвореност от почивката
- По елементи по скала от 1 (*min*) до 5 (*max*) за всички видове туризъм:
  - **Най-висока удовлетвореност:** природа (4.56); взаимоотношения с местните хора (4.48); настаняване (4.47); местна кухня и цени (по 4.46);
  - **По-ниска удовлетвореност:** състояние на пътищата (3.65); трафик (3.86); достъпност за хора с увреждания (3.95); достъпност (придвижване до) на обектите (4.23).

# Лоялност към дестинацията

12

www.estatbg.com • www.synovate.com

## ИНДЕКС НА ЛОЯЛНОСТТА ПО СЕЗОНИ - ЧУЖДЕНЦИ



### Описание:

инструмент за обработка и анализ, съчетаващ рационалните и емоционалните аргументи, формиращи предаността към дестинацията

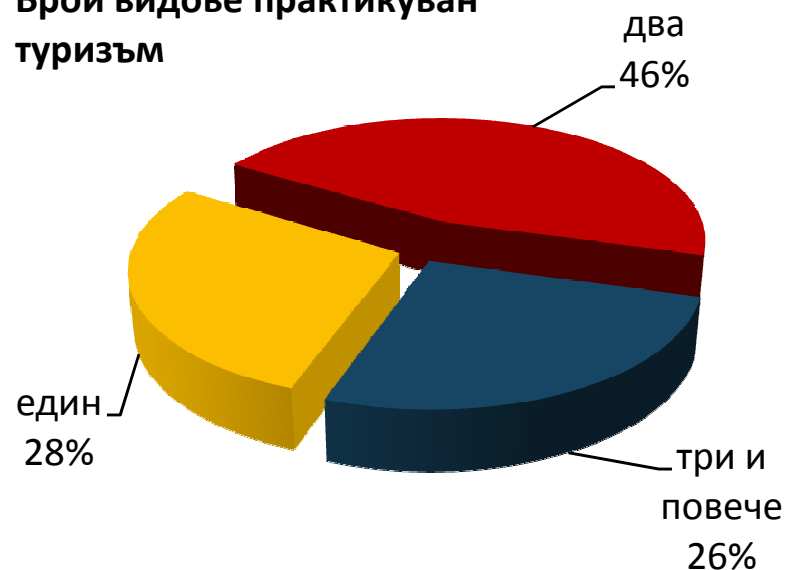
- Много висока лоялност сред практикувалите специализирани видове туризъм.
- Най-лоялни към дестинацията са посетителите от Балканските държави; най-слабо лоялни – скандинавците;
- По-висока лоялност сред посещаващите България и преди – индекс 88, срещу 81 за почиващите у нас за първи път;
- Пряка връзка на лоялността с неудовлетвореността – за неудовлетворените индексът е 73, а за удовлетворените – 86 пункта.

# Видове практикуван туризъм

13

www.estatbg.com • www.synovate.com

Брой видове практикуван туризъм



- Склонност към съчетаване на преживяванията.
- Най-активни са туристите от **Скандинавските държави** (84% практикуват два и повече вида туризъм); **Русия** (79%); **Великобритания** (75%).

- Типични съчетания между видовете туризъм:
  - **Културен** – с кулинарен, планински и морски туризъм;
  - **СПА/ балнео туризъм** – с морски, с туризъм с цел лечение и кулинарен туризъм;
  - **Еко туризъм** – с планински, кулинарен и културен туризъм;
  - **Селски туризъм** – с кулинарен, планински и винен туризъм.

# Данни по видове специализиран туризъм



# Профил на туристите по видове туризъм

15

www.estatbg.com • www.synovate.com

## КУЛТУРЕН

- Мъже - 54%, жени – 46%;
- 49% - 36-55 години, 36% - 15-35 г.;
- 73% - работещи, 20% - на ръководна длъжност; 68% - висшисти;
- Западна Европа (30%), Балканските държави (25%) и Русия (17%);
- 55% са били у нас и преди;

## СПА/ БАЛНЕО

- Мъже - 46%, жени - 53%;
- 56% - между 36 и 55 години;
- 73% - работещи, 21% - на ръководна длъжност; 58% - висшисти;
- Балканите (38%), от Западна и Източна Европа (съотв. 23% и 22%);
- 67% са били у нас и преди;

## ЕКО

- Мъже – 58%, жени – 42%;
- 49% - 36-55 години, 43% - 15-35 г.;
- 78% - работещи, 18% – на ръководна длъжност; висшисти – 70%;
- Великобритания (33%), Зап.Европа (24%), Балканите (19%), Русия (15%);
- 54% са били у нас и преди;

## СЕЛСКИ

- Мъже – 56%, жени – 44%;
- 58% - 36-55 г., 30% - 15-35 г.;
- 72% - работещи, 20% - на ръководна длъжност; 64% - висшисти;
- Великобритания (39%), Балкански страни (24%), Западна Европа (19%);
- 57% са били у нас и преди;

# Основни характеристики по видове туризъм

16

www.estatbg.com • www.synovate.com

## КУЛТУРЕН

- Почивката е „приключенска” (56%);
- Привлечени са от забележителностите, ниските цени и природата;
- 37% пристигат чрез туроператор;
- 73% са посетили 2 и повече места;
- Топ места – Несебър, Пловдив, София, Варна, Рилски манастир, Велико Търново

## СПА/ БАЛНЕО

- Почивката е тип „антистрес” (56%);
- Привлечени са от ниските цени (27%);
- 45% пристигат чрез туроператор;
- 94% са останали на едно място;
- Топ места - Огняново, Велинград, Златни пясъци, Девин, Баня, Сандански

## ЕКО

- Почивката е „приключенска” (75%);
- Привлечени са от природата;
- 60% пристигат чрез туроператор;
- 60% са посетили две и повече места;
- Топ места - Банско, Долен, Лещен, Бачково, Белица и Ковачевица

## СЕЛСКИ

- Почивката е тип „релакс” (53%);
- Привлечени са от природата и ниските цени;
- 45% пристигат чрез туроператор;
- 82% са били само на едно място;
- Топ места - Долен, Ковачевица, Добринище, Лещен, Бачково



# Удовлетвореност по видове туризъм

17

www.estatbg.com • www.synovate.com

## Най-висока

- **ЗА ВСИЧКИ: хранене и напитки**
- **Културен туризъм:**
  - културно-историческо наследство;
- **СПА/ балнео туризъм:**
  - качество и разнообразие на предлаганите СПА услуги;
- **Еко туризъм:**
  - цени и обслужване; екскурзии сред природата; места за настаняване;
- **Селски туризъм:**
  - Цени; автентичност на преживяването.

## Най-ниска

- **Културен туризъм:**
  - сервизни помещения; транспорт до обектите; чистота;
- **СПА/ балнео туризъм:**
  - няма ясно изразени аспекти;
- **Еко туризъм:**
  - възможности за наблюдение на редки животински и растителни видове; чистота;
- **Селски туризъм:**
  - придвижване (транспорт) до обекта; информация, получена на място.

# Предимства и недостатъци на дестинацията

18

www.estatbg.com • www.synovate.com

## Предимства

- **ЗА ВСИЧКИ:** красива природа и чист въздух
- **Културен туризъм:**
  - ▣ множество културно-исторически обекти; богата история и култура;
- **СПА/ балнео туризъм:**
  - ▣ климат и лечебни извори и процедури; ниски цени; обслужване; СПА центрове;
- **Еко туризъм:**
  - ▣ природни забележителности; разнообразие от растителни и животински видове, спокойствие;
- **Селски туризъм:**
  - ▣ спокойствие, тишина, хора, храна; природни забележителности, цени

## Недостатъци

- **ОБЩО:**
  - ▣ състояние на инфраструктурата и пътната мрежа;
  - ▣ мръсотия;
  - ▣ липса на достатъчно информация и реклама за България
- **Плюс:**
  - ▣ **За селски туризъм:** трудна комуникация, поради ниско ниво на владеене на чужди езици

## Основни изводи. Препоръки

- България е привлекателно направление за културен, СПА/ балнео, еко и селски туризъм.
- Основни конкуренти на България при избора на дестинация за специализиран туризъм са Гърция, Турция, Румъния, Испания, Италия и Австрия.
- Предлаганата туристическа услуга у нас е висококачествена и се оценява много добре от потребителите. Показателят „удовлетвореност“ е устойчив във времето.
- Чуждестранните туристи са лоялни към дестинацията и не биха се поколебали да я препоръчат като място за специализирани видове туризъм.
- Проблемна област остават пътищата и трафикът. Възможно е да се превърнат в заплаха за развитието на специализираните видове туризъм.
- Информацията и рекламата на България като дестинация за специализирани видове туризъм се определя от туристите като недостатъчна.
- Недостатъчната чистота в обектите провокира критики от страна на туристите.

- **При предлагането на специализираните видове туризъм е добре да се постави акцент върху приключението.**
- Важно е да се подчертае *уникалността* в различните ѝ форми – природа, специално изживяване, допълнителни услуги.
- „Приключенски” елемент в пакета може да бъде културният туризъм. Това би подобрило привлекателността на българската туристическа услуга и би увеличило среднодневните разходи на туристите в страната.
- Морският туризъм остава най-предпочитан дори сред практикувалите специализирани видове туризъм. Той може да бъде използван като „двигател” в популяризацията на останалите видове туризъм.

- При СПА/балнео пакетите и пакетите за селски туризъм трябва да се отчита желанието към статичност и целта на тези типове почивка – „антистрес” и “релакс”. Ако се предлага приключенски/ провокативен елемент, той трябва да бъде в рамките на същото населено място.
- При „еко” пакетите трябва да се отчита нуждата от „приключение” в почивката. Еко и културният туризъм се възприемат по сходен начин, следователно е препоръчително да се мисли за съчетаването им. И двата вида туризъм са обединени от концепцията за „приключенска” почивка.
- Проблемът с дефицита на информационни и рекламни материали, особено по отношение на еко и селския туризъм трябва да бъде решен в кратки срокове, тъй като представлява ограничаващ фактор.