

“ЗИМА 2008 – 2009”

**Зимна ваканция на чужденци и българи в
България на ГКПП и в зимните курорти
(анализ на резултатите
за чуждестранните туристи)**

Февруари 2009г.

СЪДЪРЖАНИЕ

1. ОПИСАНИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО	3
2. СОЦИАЛНО-ДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ НА ИЗСЛЕДВАНИТЕ ЛИЦА.....	5
3. ПРОФИЛ НА ПЪТУВАНЕТО	8
4. ИЗБОРЪТ НА БЪЛГАРИЯ ЗА ДЕСТИНАЦИЯ И ПОДГОТОВКА НА ПЪТУВАНЕТО	14
5. РАЗХОДИ ЗА ПЪТУВАНЕ И ПОЧИВКА НА ЧУЖДЕСТРАННИТЕ ТУРИСТИ В БЪЛГАРИЯ	24
6. ОЦЕНКА НА ПРЕСТОЯ В БЪЛГАРИЯ	32
7. УДОВЛЕТВОРЕНОСТ ОТ ПРЕСТОЯ.....	37
8. ИНТЕРЕС НА ЧУЖДЕСТРАННИТЕ ТУРИСТИ КЪМ СЕЛСКИ И ЕКОТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ЗИМАТА	49
9. АНАЛИЗ НА МНЕНИЯ, ОЦЕНКИ И ПРЕПОРЪКИ НА ПОСЕТИТЕЛИТЕ	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58

1. ОПИСАНИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Изследването „Зима 2008-2009“ е проведено от Институт за маркетинг и социални изследвания МБМД по поръчка на Държавната агенция по туризъм. Изследването има за цел цялостна оценка на зимната ваканция на чуждестранните туристи. Настоящият доклад анализира резултатите от проучване мнението на чуждестранните туристи, посетили български курорти през зимната ваканция. Отделно са разгледани мненията на туристите, определени от възложителя като основни пазари – англичани, ирландци, датчани и руснаци.

Основните задачи са свързани с постигането на количествена оценка по следните показатели:

- чуждестранния поток от туристи в страната по пазари, пол, възраст, образование и цели на посещението;
- продължителност на престоя;
- дял на туристите, ползващи туристически пакети, както и средните разходи по пакети и пера;
- основни нагласи, оценки и мнения на чуждестранните туристи за престоя им в зимните курорти;
- източници на информация и мотивация за избора на България като място за почивка;
- удовлетвореност на чуждестранните туристи от престоя им;
- интерес към различни видове туристически продукти.

Изследването е реализирано чрез случаен подбор посредством пряка индивидуална анкета сред туристите, отпътуващи от планинските курорти Пампорово, Боровец и Банско и на ГКПП Калотина, Кулата, Капитан Андреево, Гюешево, Видин – ферибот, летище София и летище Пловдив. С туристите, които се затрудняват да попълнят анкетата, е проведено интервю. Общият брой анкети е 3310. За основните пазари извадките са подсилени. По този начин са реализирани 1250 анкети с англичани, 337 с ирландци, 301 анкети с датчани и 300 с руснаци. Останалите 1122 анкети са с туристи от други държави. Използвани са анкетни карти на английски, немски, френски, руски, гръцки, турски, румънски, сръбски и македонски език.

За да се преодолее ефектът от подсилването на извадките, при обработката на резултатите е извършено претегляне спрямо броя на туристите по страни, посетили България през месеците декември 2008 и януари 2009 година.

Теренната работа е реализирана през периода 25.12.2008 – 07.02.2009 година. Петнадесет процента от анкетираниите туристи са почивали в Боровец, 42% - в Банско, 38% в Пампорово и 5% - в други зимни курорти.

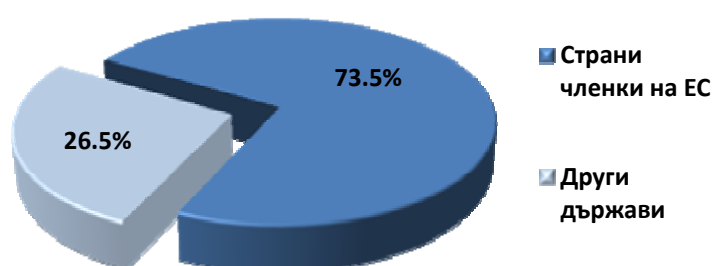
При обработката на информацията е използван дескриптивен анализ, при който са изчислени основните параметри на разпределенията на отговорите. Максимално допустимият размер на стохастичната грешка при гаранционна вероятност 95% не надхвърля $\pm 1.7\%$ при оценката на 50% относителни дялове общо за чужденците. При туристите от Великобритания максимално допустимият размер на стохастичната грешка е $\pm 2.8\%$, при тези от Ирландия - $\pm 5.3\%$, при датчаните - $\pm 5.6\%$, а при руснаците - $\pm 5.7\%$.

2. СОЦИАЛНО-ДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ НА ИЗСЛЕДВАНИТЕ ЛИЦА

През зимните месеци най-значим е делът на туристите от Гърция – 45%, следвани от Румъния – 14%. След тях с по 5% се нареждат Великобритания и Сърбия, Русия - 4%, Германия и Ирландия с по 2%, Украйна и Турция – с по 1% и други. Седемдесет и четири процента са от Европейския съюз, а останалите 26% идват от страни извън ЕС.

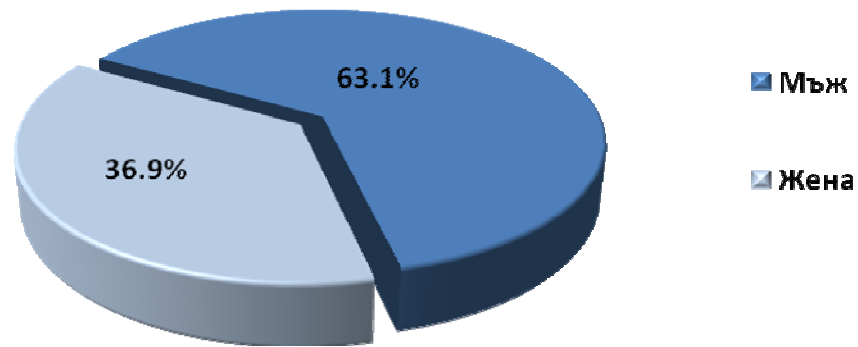
Постоянно местожителство на туристите (Отворен въпрос)	%
Гърция	45.3
Румъния	14.5
Сърбия	5.4
Великобритания	5.4
Русия	3.8
Германия	2.3
Ирландия	2.0
Украйна	1.3
Турция	1.2
Израел	.9
Франция	.9
Белгия	.8
Холандия	.7
Македония	.5
Дания	.3
Други	14.7

Постоянно местожителство на туристите



Зимните спортове оформят специфичен профил на чуждестранните туристи през сезона в планинските ни курорти. Сред тях доминират мъжете - 63% от всички туристи.

Разпределение по пол

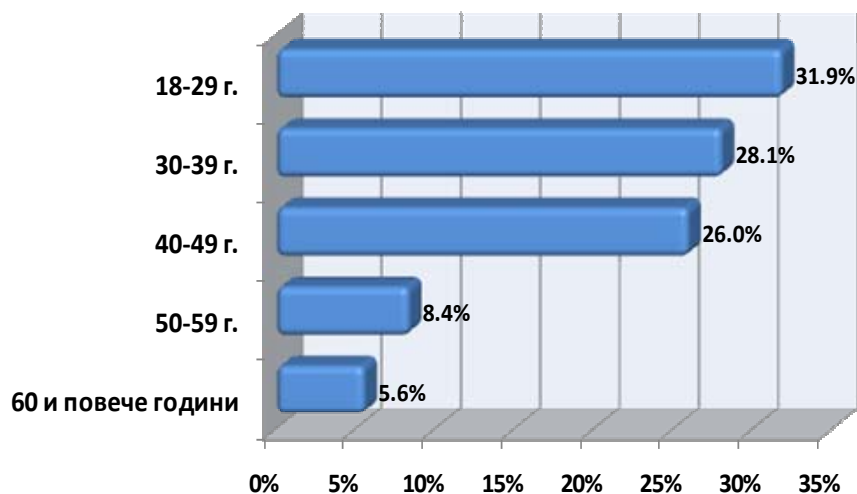


Сред туристите от Великобритания, Ирландия, Дания и Русия делът на мъжете е по-нисък в сравнение с генералната съвкупност – съответно при англичаните - 54%, при ирландците - 53%, а при датчаните - 56%. При туристите от Русия жените с 52% са мнозинство.

Пол	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Мъж	53.7	53.0	56.0	47.9
Жена	46.3	47.0	44.0	52.1

Гостите в планинските курорти са предимно хора на млада и средна възраст. Тридесет и два процента са на възраст от 18 до 29 навършени години. От 30 до 39 години са 28%, а между 40 и 49 години - 26%. Туристите над 50 години са едва 14 на сто.

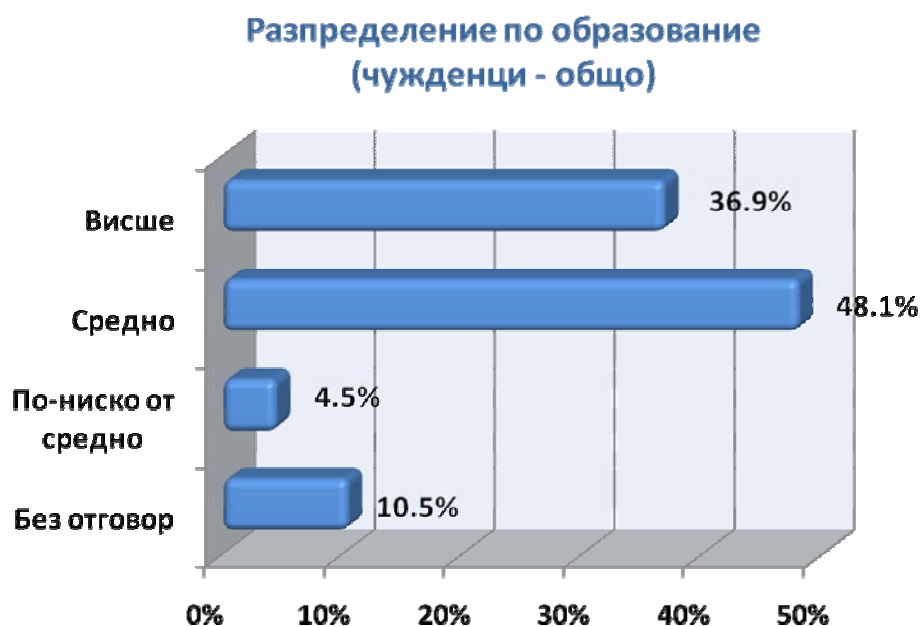
Разпределение по възраст (чужденци - общо)



От четирите основни пазара най-млади са туристите от Ирландия. Петдесет и пет процента са на възраст между 18 и 29 години, от 30 до 39 години - 22%, а над 40 години - 23%. Датчаните и британците имат сходна възрастова структура - от 18 до 29 години - 41-42%, от 30 до 49 г. – 45 -49%, над 50 г. са 10-12%. При руснаците най-младите са 39%, на средна възраст - 44%, а по-възрастните - 15%. Сред останалите се отличават румънците (56%) и македонците (58%) с най-много туристи от младежката възрастова група – 18-29 години.

Възраст	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
18-29 г.	42.4	54.6	40.8	38.7
30-39 г.	25.0	22.5	30.0	24.3
40-49 г.	20.2	14.3	18.9	22.0
50-59 г.	8.4	4.4	7.4	10.8
60 и повече години	4.0	4.2	2.9	4.2

Зимните чуждестранни туристи са добре образовани. Тридесет и седем процента имат висше, 48% - средно и едва 4% - по-ниско от средно образование.



По отношение посетителите от четирите основни пазара най-високо е образователното ниво на руските туристи. Петдесет и два процента са с висше, 40% - със средно, а 1% - с по-ниско образование. На второ място са британците – 42% с висше образование, 52% - със средно и 2% с по-ниско образование.

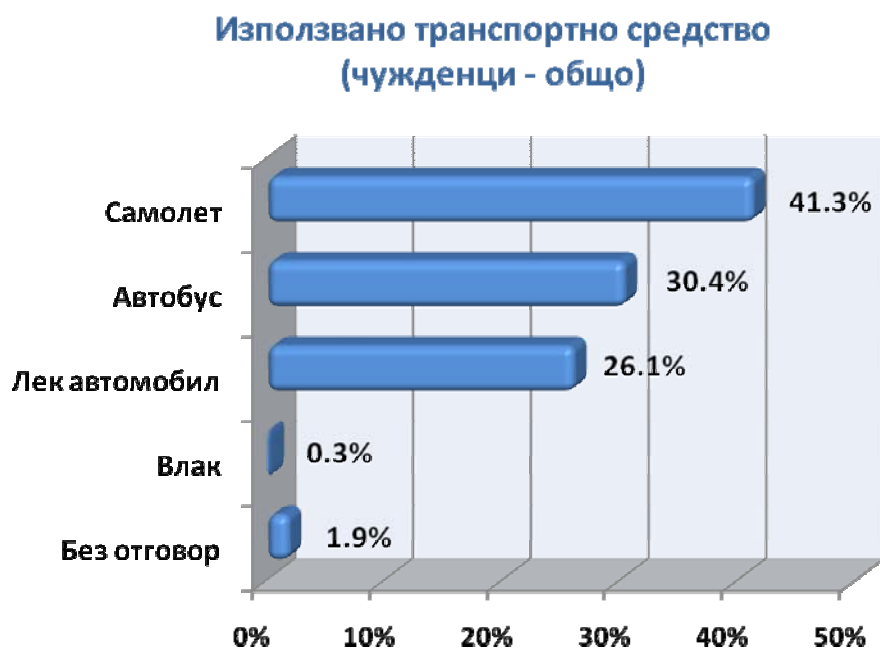
Образование	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	4.1	5.3	15.2	6.6
По-ниско от средно	2.1	3.3	2.9	0.8
Средно	51.6	56.1	52.7	40.5
Висше	42.2	35.3	29.2	52.1

Основната част от туристите - 63% са работещи. 19% са учащите. Пет процента са домакини, също толкова (5%) пенсионери, а 2% - безработни. Двадесет и два процента са работници. С 14% следват служителите. Шест процента са лекари, стоматолози или други специалисти в сферата на здравеопазването.

Най-много са работещите сред английските и руските туристи – съответно 70 и 69%. Само около половината от датчаните и ирландците са работещи. В тези групи по-висок е дялът на учащите според данните, получени от ГКПП.

3. ПРОФИЛ НА ПЪТУВАНЕТО

Основната част от чуждестранните туристи пристигат у нас със самолет - 41%. Този транспорт е базов за гражданите от по-далечни на България страни. Посетителите, идващи от съседните страни, предпочитат автобусите и леките автомобили. Влакът се използва рядко - 0.3%. Със самолет пристигат над 90 на сто от руснаците, датчаните и британците и 86% от ирландците.



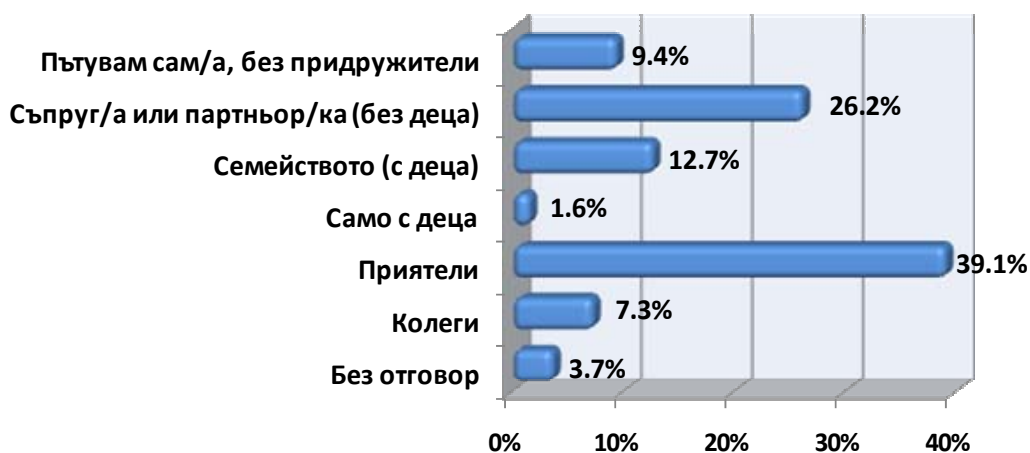
Използвано транспортно средство	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	1.4	2.6	0.8	0.8
Самолет	92.6	85.9	96.3	96.1
Автобус	4.5	8.4	2.5	2.7
Лек автомобил	1.1	1.1	0.4	-
Влак	0.2	1.3	-	0.4
Друго	0.2	0.4	-	-

В сравнение с наблюдението на сезона зима 2007-2008 леко е нарастнал дялът на транспортиращите се със самолет от 37 на 41%, което може да се разгледа и като индикатор за увеличение в относителния дял на пристигащите от далечни на България страни.

Най-често туристите идват в България с приятелски компании – 39%, 26% - със съпруг/а или партньор/ка без деца, 13% -с цялото семейство, 2% - само с децата си, а с колеги - 7%. През настоящия сезон в сравнение с миналогодишния нараства дялът на пристигащите в компанията на приятели, семейството или партньора си. Девет процента от чужденците са без придружители, докато през 2007-2008 г. такива са били 21%.

С приятели идват 47% от ирландците, 41% от англичаните и датчаните, както и 32% от руснаците. Със съпруг(а) или партньор(ка) и без деца - 36% от руснаците, 32% от датчаните, 30% от британците и 24% от ирландците. Семейно с децата си пристигат 17% от британците и руснаците, 15% от ирландците и 13% от датчаните.

Придружители при пътуването (чужденци - общо)



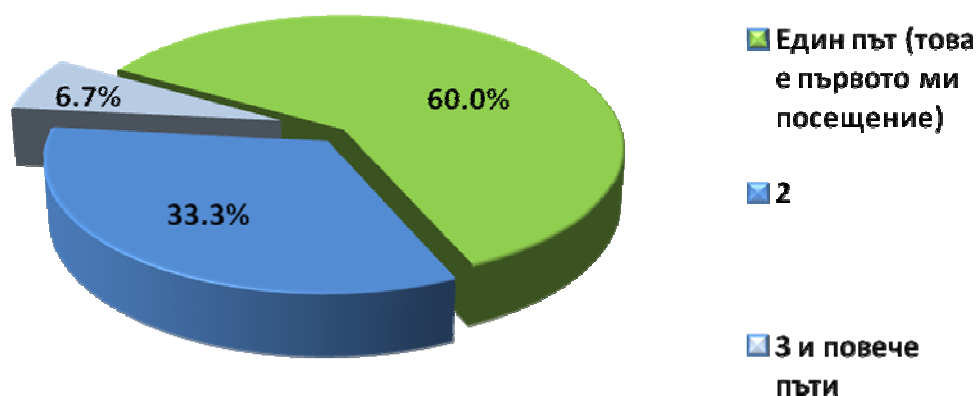
Придружители при пътуването	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	1.4	3.5	1.6	0.8
Пътувам сам/а, без придружители	5.0	4.4	6.6	6.9
Съпруг/а или партньор/ка (без деца)	30.3	24.1	32.5	35.6
Семейството (с деца)	16.7	14.6	13.2	16.6
Само с деца	3.2	2.0	4.1	2.7
Приятели	41.1	47.0	40.8	32.4
Колеги	2.3	4.4	1.2	5.0

Масовият посетител в курортите ни освен млад, образован, работещ най-често е несемеен и без деца. В последната категория попадат 88% от ирландците, 87% от датчаните, 84% от британците и 83% от руснаците.

60% от туристите през този зимен сезон посещават страната ни за първи път, а 33% - за втори. Три и повече пъти идват 7 на сто. Съотношението постоянни към нови туристи е 40 към 60%, което е увеличение с 9 пункта в дела на посещаващите страната ни повече от един път спрямо регистрираните през миналата година резултати.

За първи път в България идват 80% от датчаните, 64% от руснаците, 59% от англичаните и 53% от ирландците. С повече от две посещения са 14% от руснаците и англичаните.

**Брой посещения с ваканционна цел
(чужденци - общо)**



Брой посещения с ваканционна цел	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Един път (това е първото ми посещение)	58.9	53.4	79.9	63.6
2	27.2	35.8	15.6	22.4
3 и повече пъти	13.9	10.8	4.5	14.0

Подобреното съотношение нови към постоянни туристи е добър знак за качеството на обслужване в нашите курорти. То трябва да се оцени позитивно с оглед на съществуващото широко предлагане на подобни туристически услуги в Европа и естественото желание на туристите да откриват нови места.

В рамките на тази и миналата година страната ни е била посетена от 16% от дошлите и през тази зима. От 2 до 5 години преди това в България са били 6% от запитаните туристи, от 6 до 10 години преди това са били 5%, а преди повече от 10 години - 9%.

Близо една трета (32%) от чуждестранните туристи предприемат по едно пътуване годишно с цел туризъм. 30% пътуват по два пъти, над три пъти – 23%. Средният брой пътувания с цел туризъм в друга страна през годината е 2.23 и практически се запазва спрямо данните от миналата година. Един път годишно с цел туризъм пътуват 32% от руснаците, 13% от ирландците, 12% от англичаните и 7% от датчаните. По две пътувания реализират 44% от ирландците, 41% от датчаните, 31% британците и 26% от руснаците. По три пъти годишно пътуват 25% от англичаните, 15% от ирландците, 13% от датчаните и 8% от руснаците.

През зимата с цел туризъм пътуват веднъж годишно по-голямата част (68%) от изследваните чужденци. Седем процента предприемат две пътувания, 8% - над три. Средният брой пътувания с цел зимен туризъм остава подобен на миналогодишния - 1,2 пъти. Шестдесет и пет процента от ирландците, 63% от руснаците, 60% от англичаните и 54% от датчаните пътуват един път през зимния сезон с цел почивка.

Предпочитаните начини за настаняване са хотелите с три (26%) и четири звезди (47%). В квартири или селски къщи са нощували 10 на сто. В собствен дом (апартамент) са били 1%, а на гости при приятели - 6%.

Една десета (10%) от датските туристи са били настанени в селски къщи. Тридесет и шест процента от английските туристи са предпочели хотели с 4 звезди, 43% - хотели с три звезди. Подобен е и изборът на ирландците - 42% в хотели с 4 звезди, 42% в хотели с 3 звезди.

Датчаните са предпочели хотели с по-ниска категория. Руснаците обратно - избират по-висок клас - 4% - с 5 звезди, 60% - хотели с 4 звезди, 28% - с три звезди.

Начини на нощуване (чужденци - общо)

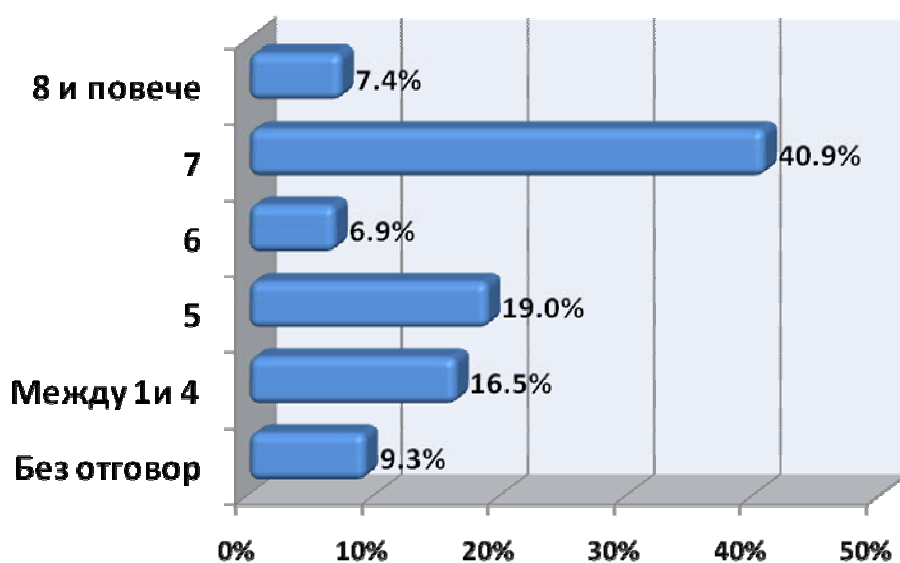


Начини на нощуване (Възможен е повече от един отговор)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Хотел 5*	3.5	4.4	1.2	4.2
Хотел 4*	36.0	42.4	9.1	60.2
Хотел 3*	42.6	41.7	61.3	27.8
Хотел 2* и по-малко звезди	9.7	6.6	16.0	6.6
Собствен дом (апартамент)	5.1	2.4	-	-
На гости при приятели/роднини	0.2	0.7	0.4	1.9
Къща/квартира под наем	2.6	0.7	0.4	1.2
Селска къща	0.3	0.4	9.5	-
Друго	0.1	-	-	-

Гостите от Сърбия, Румъния, Израел и Украйна отсядат предимно в хотели с 4 и 5 звезди. Осемдесет и осем процента от турските и 7% от гръцките туристи са били на гости при роднини и приятели в България. Друга част – 20 на сто от гостите от Гърция са отсядали в къща, квартира под наем или селска къща.

По време на престоя си в страната ни чуждестранните туристи са реализирали средно по 6.21 нощувки. Най-често - 41% - са ползвали по 7 нощувки. По 5 нощувки са имали 19%. Над осем нощувки - 7%.

Време на пребиваване в България, брой нощувки (чужденци - общо)



Среден брой нощувки
6.21%

Време пребиваване в България, брой нощувки (Свободен въпрос)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Брой нощувки				
Без отговор	0.4	1.1	0.4	0.4
Между 1 и 4	3.2	1.9	0.4	2.0
5	3.1	12.6	0.8	12.0
6	6.8	16.8	1.2	20.5
7	83.0	63.8	94.2	34.4
8 и повече	3.5	3.8	3.0	30.7
Среден брой нощувки	6.89	6.74	6.99	7.54

Туристите от четирите основни пазара остават относително по-дълго в курортите ни. Руснаците имат най-дълъг престой - по 7.54 нощувки, като една трета от тях (31%) нощуват в

страната ни над 8 пъти. Следват французите (7.52) и белгийците (7.18). Датчаните имат по 6.99, англичаните - по 6.89, а ирландците - по 6.89 нощувки. Посетителите от съседните на България страни реализират по-кратки престои - македонците – 4.79 нощувки, гърците - 5.65 и румънците - 5.75.

4. ИЗБОРЪТ НА БЪЛГАРИЯ ЗА ДЕСТИНАЦИЯ И ПОДГОТОВКА НА ПЪТУВАНЕТО

72% от анкетираните посочват добрите условия за зимни спортове като основен мотив за избора на България. На второ място (25%) е красивата природа и възможностите за планински преходи. За 12% от значение е фактът, че познават България. Добрите възможности за селски туризъм, запазената екологична среда и възможностите за еко-туризъм – са посочени от по 8% от запитаните.

Мотиви за избор на България (чужденци - общо)



Мотиви за избор на България през този сезон (Възможен е повече от един отговор)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	3.6	3.8	2.5	0.8
Добри условия за зимни спортове	84.1	83.2	88.5	83.4
Красива природа и възможности за планински преходи	3.9	5.1	22.6	12.7
Познат туристически регион	15.8	16.8	45.7	21.6
Добри възможности за селски туризъм	3.0	7.3	7.8	1.2
Запазена екологична среда и възможности за екотуризъм	4.0	2.2	4.9	9.3
Културен туризъм	3.6	5.1	0.4	6.9
Друго	21.0	6.5	1.6	11.9

За четирите групи туристи, данните за които разглеждаме отделно, добрите условия за зимни спортове са фактор с допълнителна тежест – 89% от датчаните и за 83 и 84% в другите групи това е най-важния аргумент за посещение на страната ни. Датчаните чувствително по-често от останалите определят България като познат регион - 46% и изтъкват красивата природа (23%).

Влияние върху решението на чуждите туристи да посетят България, имат и възможностите за развлечения (37%), добрите впечатления от предишно посещение (33%) и изгодните цени (32%). Близко до тях се нареждат още специален личен интерес или хоби (30%) и възможностите за срещи с местните хора (29%). България става все по-популярна туристическа дестинация според 25 на сто. Двадесет и два процента подчертават доброто съотношение между качеството на услугите и тяхната цена. Всеки десети (11%) е имал покана от роднини или приятели.

Фактори, оказали влияние върху решението да се посети България (Възможен е повече от един отговор)	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	1.8	1.8	2.4	1.2	0.8
Възможности за развлечения	37.4	38.5	25.2	35.0	35.5
Предишно мое посещение	32.9	25.7	30.0	16.0	22.8
Изгодни цени	31.7	51.5	36.0	50.2	30.5
Специален личен интерес / хоби	30.3	36.2	25.4	14.4	20.8
Срещи с местни хора и установяване на приятелства	29.1	27.6	38.6	45.7	18.9
България става все по-популярна дестинация	25.0	31.9	28.3	50.2	18.9
Съотношение качество на услугите – цена	21.9	9.7	18.3	3.3	38.2
Покана от приятели / роднини	10.6	11.9	12.4	7.8	10.8
Достъпност, близост до мястото, в което живеея	8.4	1.5	4.0	0.8	3.1
Да се почива в България е безопасно	7.2	5.9	16.8	2.9	9.7
Възможности за алтернативен туризъм	6.7	3.9	10.2	4.5	6.9
Бизнес	5.0	2.1	3.3	2.1	4.2
Съоръжения/удобства за деца	2.3	5.1	4.6	4.9	3.9
Да се почива в България е престижно	2.1	1.2	2.6	0.4	1.9
Друго	1.5	1.4	1.5	1.2	2.7
Препоръка от приятели	-	0.2	-	-	-
Добри условия за ски	-	0.5	0.9	-	-
Бизнес, работа, собственост	-	0.2	-	-	-
Покана	-	0.1	-	-	-

Като водещ допълнителен мотив за избора на България в наблюдаваните групи се изтъкват изгодните цени и съответно съотношението качество - цена. Аргументи от такъв тип подчертават 69% от руснаците, 61% от англичаните, 54% от датчаните и ирландците. При датчаните значително по-често, отколкото сред останалите групи, се акцентира върху

нарастналата популярност на страната ни като туристическа дестинация (50%) и възможността за срещи с българи и създаване на приятелства (46%).

Всеки втори (50%) от анкетираните чуждестранни туристи посочва като основен източник на информация за България туроператора или туристическата агенция. Това важи за 59% от ирландците и руснаците, 47% от датчаните и 43% от англичаните. На второ място се поставят личните контакти - 19% посочват препоръките на приятели и роднини. За 11% най-важен е бил предишният им опит и познания от посещение в страната ни, а за 6% - Интернет. Първостепенната роля на Интернет като информационен източник сочат най-често датчаните – 29%. Англичаните подчертават значението на предишния опит (15%) и препоръката от приятели (14%). Руснаците на второ място поставят значението на рекламните във вестници и списания (14%). Те, обаче, имат доста слабо влияние сред другите групи туристи.

Най-важен източник на информация (чужденци - общо)



Най-важен източник на информация при вземане решение за пътуването до България:	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	10.5	12.8	7.8	3.5
Туроператор/ туристическа агенция	43.4	58.9	46.9	59.1
Препоръка от приятели/ роднини	13.8	8.8	6.2	10.0
Предишен опит	15.0	6.4	6.6	10.4
Интернет	12.8	8.2	28.8	
Друго	4.5	4.8	3.6	17.0

Като важен допълнителен източник на информация на първо място е поставен Интернет (42%). Очертава се и далеч по-силното съпътстващо значение на рекламните брошури, каталози, проспекти, пътеводители и географска литература, а също излъчването на материали в телевизионния ефир, отпечатването на публикации в пресата и списанията за страната ни.

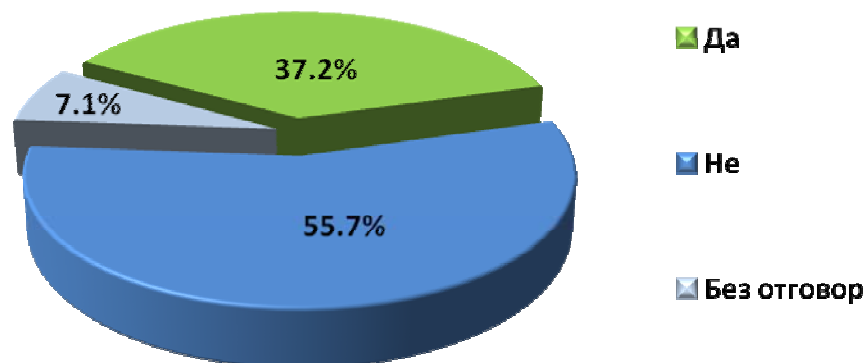
Други допълнителни източници	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Интернет	31.0	49.7	42.0	41.7
Премишен опит	13.4	29.6	9.5	20.1
Рекламна брошура / каталог / проспект	14.2	31.1	25.9	11.2
Препоръка от приятел	20.5	44.2	26.7	18.1
Телевизия	11.3	26.3	10.7	11.2
Вестници/списания	10.6	25.2	9.9	12.0
Пътеводител / географска литература	13.6	41.7	18.9	20.1
Туроператор/ туристическа агенция	17.9	9.3	14.4	3.1
Друго	1.1	3.5	0.8	0.8

Цитираните дотук данни, както и по-детайлният им прочит по групи, налагат извода, че, независимо от първоначалния източник на информация, мнозинството от туристите сверяват или допълват получената информация по Интернет и другите традиционни рекламни канали. За половината от ирландците, 42 на сто от датчаните и руснаците и 31 на сто от англичаните именно Интернет е най-важният допълнителен информационен канал. Ирландците посочват значението на препоръките от приятел (44%) и пътеводителите и географската литература (42%).

Данните категорично доказват нарасналата роля на Интернет, а също значението на добрите условия за почивка и качествено туристическо обслужване. Останалите възможности за насочване на туристи към България са съсредоточени в партниращите туроператори и туристически агенции.

Една трета (37%) от анкетираните са виждали някаква реклама на страната ни, преди да я посетят. В тази категория попадат и две трети (64%) от датчаните, половината (49 на сто) от ирландците и 43% от англичаните. Делът на срещалите реклама за страната ни сред руснаците е чувствително по-нисък (34%). Притеснително е, че запитаните трудно се срещат за това, каква точно реклама са виждали.

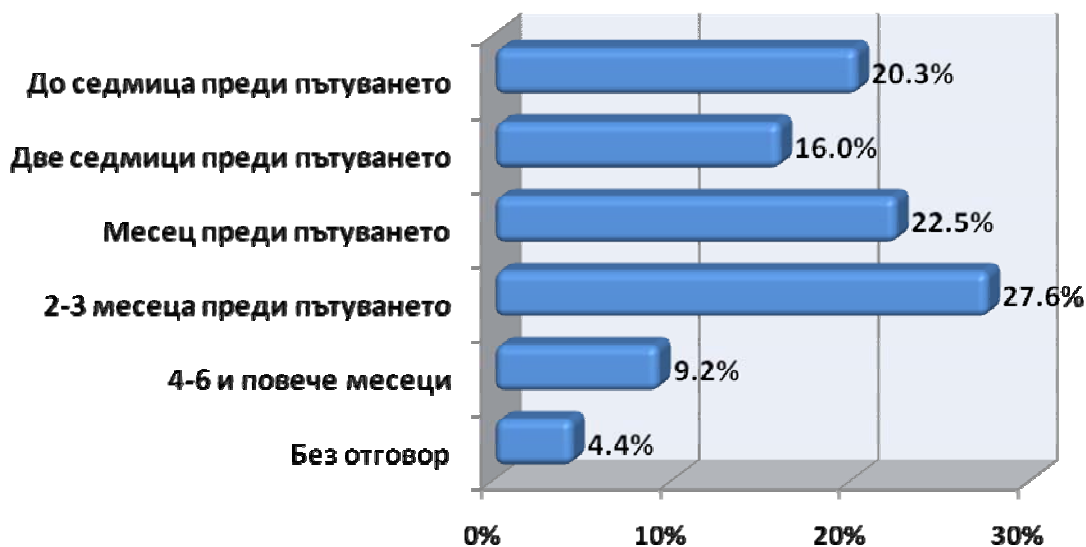
Предварително видяна реклама за България (чужденци - общо)



Предварително видяна реклама за България	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	7.5	8.4	6.6	6.9
Да	43.1	49.2	64.2	33.6
Не	49.4	42.4	29.2	59.5

Най-често планирането на пътуването става в относително кратки срокове - за всеки пети (20%) - в рамките на седмица, 16% - до две седмици, а месец по-рано - 23%. В рамките на 2 до 3 месеца - 28%. Дългосрочно планиращите почивката през зимата са малцинство - 9%. Западните туристи – англичани, ирландци и датчани са склонни да планират по-отрано, в сравнение с руснаците и туристите, идващи от съседни на България страни. Двадесет и девет процента от датчаните, една пета (21%) от ирландците и 25% от англичаните са сред дългосрочно планиращите.

Начало на планиране на почивката (чужденци - общо)



Начало на планиране на почивката	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	4.1	3.1	1.6	5.4
До седмица преди пътуването	4.6	8.4	.8	5.8
Две седмици преди пътуването	12.4	6.6	6.2	13.5
Месец преди пътуването	28.0	14.3	24.3	24.3
2-3 месеца преди пътуването	26.1	46.2	38.7	43.7
4-6 и повече месеци	24.9	21.4	28.4	7.3

Интерес за изследването представляват и видовете туризъм, които анкетираните чужденци са практикували по време на престоя си в България. Сред основните занимания на първо място с 72% са зимните спортове – ски, сноуборд и преходи в планината, следват пасивна почивка и балнео-, СПА- и уелнес-туризъм – по 27%, културен туризъм (22%) и обиколни пътешествия (21%). Макар и с по-ниски дялове, посочени са екстремните зимни спортове (17%), здравният туризъм и зъболечение, виненият и кулинарен туризъм, селският туризъм, екологичният туризъм. Най-рядко като основна форма чужденците са посетили България заради бизнес и конгресен туризъм (6%) и религиозен и поклоннически туризъм (9%).

В четирите наблюдавани групи чужденци на първо място като основна форма туризъм е ски, сноубордът и преходи в планината. В сравнение с генералната съвкупност дяловете са чувствително по-високи – при датчаните разликата е от 21 пункта, при англичаните – 18 пункта, при ирландците – 15 пункта и при руснаците – 11 пункта. Всеки трети датчанин е практикувал като основна форма на туризъм екстремни зимни спортове. По този показател те са на първо място сред всички чужди туристи. На трето място датчаните поставят кулинарния и винен туризъм (21%).

След ските, сноуборда и преходите в планината, руснаците са предпочитали най-много балнео-, СПА-, и уелнес-туризма (27%) и пасивната почивка (22%).

На второ място като основна форма на почивка англичаните са упражнявали екстремни зимни спортове (16%), а на трето са си почивали пасивно (13%).

Като предпочитани начини на прекарване на ваканцията ирландците поставят на второ място пасивната почивка, а на трето екстремните зимни спортове.

Обиколни пътувания са правили сравнително по-често ирландците (14%) и руснаците (13%), в сравнение с англичаните (6%) и датчаните (7%).

В най-голяма степен нощният живот и хазартът е бил привлекателен за датчаните (18%) и ирландците (17%). Най-безразлични към този вид забавления са били руснаците (1%), а англичаните са проявили умерен интерес – 11%.

Основни видове туризъм по време на престоя	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	4.7	4.3	3.5	1.6	6.6
Ски, сноуборд, преходи в планината	71.9	89.8	87.2	92.6	81.5
Пасивна почивка (книги, ТВ, разходки и др.)	27.2	12.5	19.2	9.5	21.6
Балнео, СПА и уелнес туризъм	26.6	5.1	11.0	5.3	26.6
Културен туризъм	22.1	6.1	9.5	14.0	20.8
Пътувания/пътешествия е /забавление	20.6	6.1	13.7	7.4	12.7
Екстремни зимни спортове	16.9	15.8	18.8	30.0	15.4
Нощен живот и хазарт	15.4	11.1	17.4	18.1	1.2
Здравен туризъм и зъболечение	14.7	1.8	4.2	2.5	4.2

Основни видове туризъм по време на престоя	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Кулинарен и винен туризъм	13.4	4.5	9.9	21.4	8.1
Селски туризъм	13.4	1.7	5.3	2.5	1.5
Екологичен туризъм	10.3	1.9	5.3	2.1	3.5
Религиозен и поклоннически туризъм	8.6	1.9	2.6	2.5	2.3
Ловен туризъм	8.4	1.4	2.2	0.4	3.5
City-break туризъм	6.4	3.5	11.0	4.1	1.9
Бизнес и конгресен туризъм	5.9	2.1	3.1	2.1	0.8
Друго	1.1	0.4	0.4	-	0.4

Шестдесет и осем процента от запитаните са практикували, освен основната, и допълнителни форми на туризъм. Допълнителните занимания на анкетираните са разнообразни от основните.

По 36% са наблюдавали занаяти, практикували са религиозен и поклоннически туризъм, или са водили нощен живот и са играли хазарт. Тридесет и пет процента са се разнообразявали със city break туризъм. Тридесет и четири процента са се занимавали с бизнес или с кулинарен и винен туризъм (34%), по 31% - с екстремни спортове или с балнео, СПА и уелнес или с ловен туризъм, като допълнителна форма. Тридесет процента са правили обиколни пътувания и пътешествия, толкова са и практикувалите екологичен туризъм. Двадесет и девет процента като допълнение към основния посочват здравен туризъм и балнеолечение или са се отдавали на пасивна почивка. Двадесет и осем процента са се възползвали от възможността за селски туризъм, а всеки четвърти - от някаква форма на културен туризъм.

Най-често като допълнителна форма на туризъм англичаните (22%) и датчаните (31%) посочват пасивната почивка, ирландците (36%) и руснаците (34%) – религиозния и поклоннически туризъм. Толкова често гостите от Русия са практикували и наблюдение на занаяти и хоби.

Често (на второ място) англичаните са се забавлявали с нощен живот и хазарт – 19%. На трето място (13%) в тази група са кулинарният и винен туризъм, балнео-, СПА- и уелнес-туризмът.

Датчаните поставят на второ място (21%) сред допълнителните форми на почивка селския туризъм, а на трето (20%) - нощния живот и хазарта.

За почивката на ирландците на второ място (33%) от допълнителните видове туризъм са възможностите за наблюдение на занаяти и хоби, на трето място (24%) е културният туризъм.

При руснаците се наблюдават най-големи натрупвания при различните възможности за допълнителен туризъм. С еднакви дялове (28%) са пасивната почивка и обиколните пътувания. Следват нощен живот и хазарт (26%), кулинарен и винен туризъм, city break туризъм, бизнес и конгресен туризъм – по 25%. Тази група чужденци се е възползвала в най-голяма степен от предлаганите възможности в курортите.

Допълнителни видове туризъм	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	31.9	51.9	35.5	44.0	35.1
Наблюдение на занаяти и хоби туризъм	36.3	11.1	33.1	9.1	34.0
Религиозен и поклоннически туризъм	35.8	10.3	36.0	7.4	33.6
Нощен живот и хазарт	35.5	18.5	21.4	20.2	26.3
City-break туризъм	35.3	9.5	10.6	13.2	25.5
Бизнес и конгресен туризъм	34.3	10.2	17.9	7.8	24.7
Кулинарен и винен туризъм	33.5	13.0	16.3	9.5	25.5
Екстремни зимни спортове	31.3	12.5	17.4	10.7	18.9
Балнео, СПА и уелнес туризъм	31.2	13.0	18.1	11.5	15.8
Ловен туризъм	30.7	10.1	18.1	9.1	22.8
Обиколни пътувания/пътешествие /забавление	30.1	11.5	13.2	13.6	28.2
Екологичен туризъм	30.1	10.0	16.1	16.0	23.2
Здравен туризъм и зъболечение	29.1	10.0	17.2	7.4	21.6
Пасивна почивка (книги, ТВ, разходки и др.)	28.7	22.1	22.1	30.9	28.2
Селски туризъм	28.1	11.5	15.5	21.4	23.6
Културен туризъм	25.0	11.8	23.6	12.3	22.4
Ски, сноуборд, преходи в планината	9.6	2.2	3.5	1.6	5.4
Друго	-	-	1.1	-	0.4

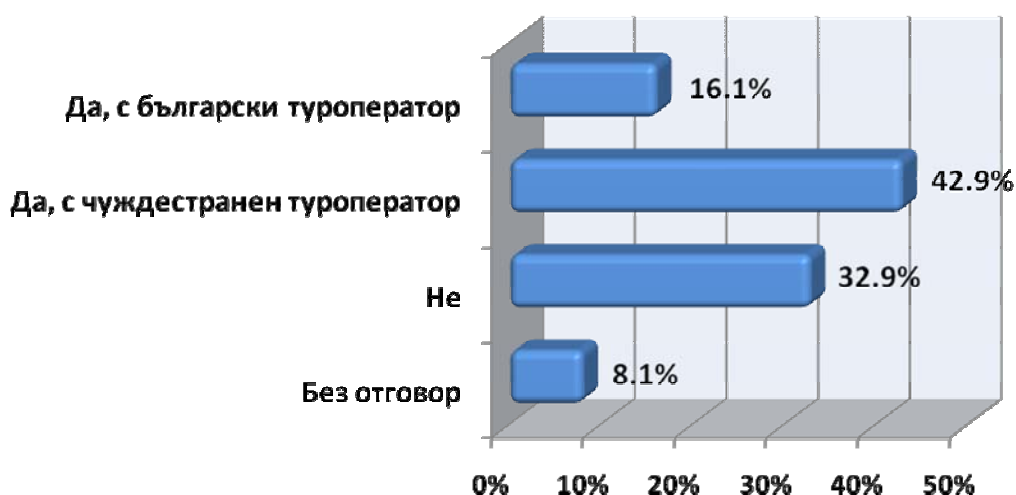
Разнообразието на допълнителните форми на отдых позволява съчетаване на различни форми на туризъм. Когато в курортите или населените места се предлагат различни забавления и възможности, те се използват, независимо от основната цел на пребиваването.

5. РАЗХОДИ ЗА ПЪТУВАНЕ И ПОЧИВКА НА ЧУЖДЕСТРАННИТЕ ТУРИСТИ В БЪЛГАРИЯ

Над половината от зимните чуждестранни туристи в България (59 на сто) пристигат с предварително закупен пакет от туристически услуги. Шестнадесет процента от всички са се възползвали от услугите на български туроператор, а 43% - от чуждестранен. Една трета (33%) не са закупили предварително пакет с туристически услуги. Сравнено с данните от миналогодишното изследване чувствително е нараснал дялът на ползващите пакети – от 36 на 59 на сто.

Седемдесет и седем процента от руснаците, 67% на сто от ирландците, 61% от англичаните и 40% от датчаните са ползвали услугите на туроператор.

Ползване на туроператорски услуги с предварително закупен пакет (чужденци - общо)



Ползване на туроператорски услуги с предварително закупен пакет	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	20.7	23.4	28.0	7.3
Да, с български туроператор	6.8	10.6	9.1	23.2
Да, с чуждестранен туроператор	54.2	56.7	30.9	54.1
Не	18.3	9.3	32.0	15.4

Пристигащите от съседни на България страни по-рядко ползват пакети - нито един от интервюираните туристи от Турция не е закупил предварително пакет от туристически услуги. Така отговарят и 47% от идващите от Гърция, 42% от пристигащите от Македония. От услугите на български туроператори са се възползвали 81% от румънските туристи, 23% от руските, 14% от сръбските, 12% от македонските. В останалите страни този дял е по-малък.

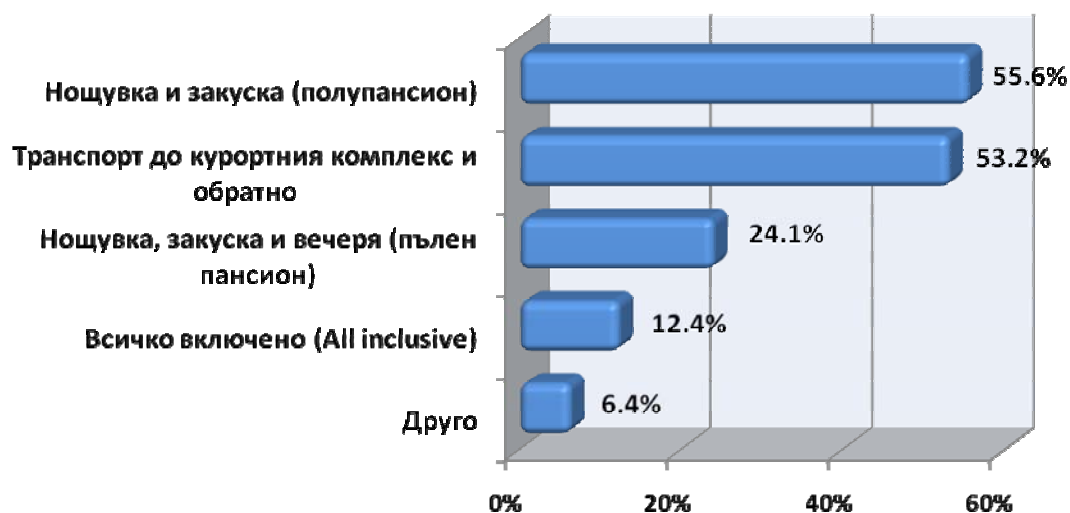
Туристическият пакет на половината от чуждестранни туристи (56%) предвижда нощувка и закуска (полупансион). Двадесет и четири процента са предпочели пълен пансион, а 12% са избрали опцията all inclusive.

Пълният пансион е предпочетен от 57% от англичаните и 64% от ирландците. Датчаните и руснаците избират относително по-често полупансион – съответно 50 и 65%.

В пакета на над половината (53%) чужденци е включен и транспорта до България и обратно. При западните туристи това са около и над 80 на сто от случаите. Същото се отнася и до две трети от руснаците.

В 1% са включени екскурзии извън мястото за настаняване, в 0.3% - хранене в ресторанти извън мястото за настаняване, в 2% - ползване на атракциони и съответно посещение на културни и спортни събития. Значим дял от пакетите на наблюдаваните групи включват културни и спортни събития. Такава опция е съществувала в пакетите на 13 на сто от ирландците, 8% от англичаните, 5% от датчаните. В 9 на сто от пакетите на ирландците е включено и ползването на допълнителни развлечения и атракции. Тези данни са цитирани в опцията “друго” на таблицата по-долу.

Услуги включени в туристическия пакет (чужденци - общо)



Включени услуги в туристическия пакет (Възможен е повече от един отговор)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Нощувка и закуска (полупансион)	33.5	26.9	49.5	65.0
Транспорт до курортния комплекс и обратно	80.4	77.0	87.6	63.5
Нощувка, закуска и вечеря (пълен пансион)	57.3	63.6	29.9	22.0
Всичко включено (All inclusive)	9.0	7.5	2.1	8.0
Друго	15.8	28.9	9.3	10.5

Средната цена на един закупен пакет е 843.83 лв. Отделно от това, при престоя си в България зимните туристи са похарчили средно по 1335.81 лв. Допълнителните разходи се разпределят по следния начин: 70.00 лв. за международен транспорт, 52.53 лв. за нощувки в хотели или друг тип настаняване, 254.90 лв. за храна и напитки, 24.33 лв. за организирани екскурзии, 24.95 лв. за вътрешен транспорт (такси или друг вид), 161.04 лв. за развлечения, 403.74 лв. за спортни и възстановителни дейности, 210.21 лв. за покупки и 134.11 лв. за други разходи.

Средно един чуждестранен турист с пакет е похарчил за престоя си 1114 евро. През миналогодишния сезон разходът е бил 1132 евро. Доколкото средният престой в страната на чужденците предварително закупени пакети е спаднал от 7.39 през миналия сезон на 6.6, относителната цена на един ден престой се е повишила за тази група – от 153 евро на 168 евро.

Най-висока цена на туристическия пакет от наблюдаваните групи са платили ирландците – 1326.77 лв., а най-ниска – датчаните – 920.26 лв. Разходите на респондентите практически се удвояват от сумите, платени за допълнителни стоки и услуги – 1257.12 лв. за англичаните, 1189.23 лв. – за ирландците, 1084.60 лв. – за датчаните и 1140.03 лв. – за руснаците.

	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Средна цена на пакета туристически услуги	843.83 лв.	1271.52 лв.	1326.77лв	920.26 лв	1009.03лв
Допълнителни суми извън пакета					
Международен транспорт	70.00 лв.	173.16 лв.	165.48 лв.	272.70 лв.	-
Нощувки (хотел или друг тип настаняване)	52.53 лв.	124.38 лв.	82.51 лв.	36.45 лв.	10.92 лв.
Храна и напитки	254.90 лв.	441.86 лв.	447.31 лв.	295.30 лв.	193.96л.
Организираны екскурзии	24.33 лв.	44.40 лв.	60.17 лв.	60.39 лв.	27.76лв.
Вътрешен транспорт (такси и друг вид)	24.95 лв.	24.19 лв.	31.70 лв.	21.09 лв.	31.52лв.
Развлечения	161.04 лв.	93.02 лв.	62.22 лв.	116.63 лв.	159.57лв.
Спортни и възстановителни дейности	403.74 лв.	136.23 лв.	105.07 лв.	113.83 лв.	321.50л.
Покупки	210.21 лв.	152.71 лв.	156.13 лв.	92.94 лв	207.92л.
Друго	134.11 лв.	67.17 лв.	78.64 лв.	75.27 лв.	186.99л.
Общо	1335.81 лв.	1257.12 лв.	1189.23лв.	1084.60лв.	1140.16лв.

Зимните туристи без закупени пакети плащат средно по 1250.43 лева или 639 евро за почивката си в страната. В сравнение с миналата година (932 евро) разходът е паднал с 293 евро. Престоят на ден на тази група туристи е струвал почти два пъти по-евтино през настоящия сезон – 121.3 евро спрямо 254 евро през миналата година.

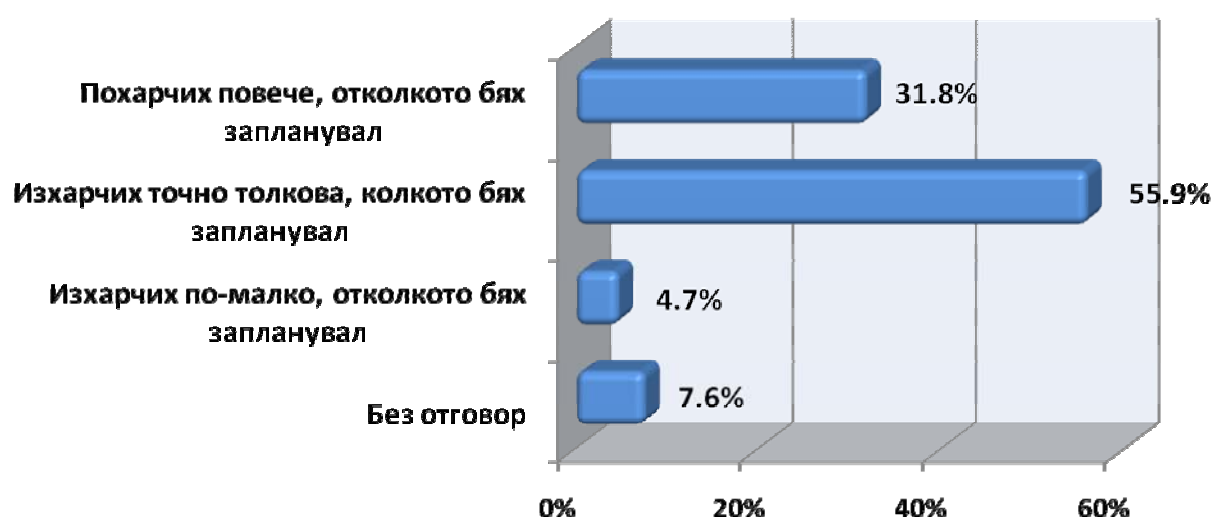
При датчаните е регистрирана най-високата средна сума – 2666.00 лв., след тях се нареждат ирландците – 1836.36 лв., руснаците – 1818.40 лв. и на последно място са англичаните с 1509.19 лв.

Разходите им за пътуването се разпределят, както следва - 153.15 лв. за международен транспорт, 200.83 лв. за нощувки (хотел или друг тип настаняване), 237.68 лв. за храна и напитки, 15.64 лв. за организирани екскурзии, 37.63 лв. за вътрешен транспорт (такси или друг вид), 187.96 лв. за развлечения, 132.21 лв. за спортни и възстановителни дейности, 182.67 лв. за покупки и 102.66 лв. за други разходи.

Разходите на туристите без пакет	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Международен транспорт	153.15 лв.	324.19 лв.	405.33 лв.	491.60 лв.	346.97 лв.
Нощувки (хотел или друг тип настаняване)	200.83 лв.	201.52 лв.	336.84 лв.	226.89 лв.	246.48 лв.
Храна и напитки	237.68 лв.	348.81 лв.	578.49 лв.	718.50 лв.	505.34 лв.
Организираны екскурзии	15.64 лв.	24.09 лв.	20.26 лв.	0.00 лв.	0.00 лв.
Вътрешен транспорт (такси и друг вид)	37.63 лв.	88.66 лв.	51.07 лв.	56.72 лв.	0.00 лв.
Развлечения	187.96 лв.	107.75 лв.	81.19 лв.	529.42 лв.	141.60 лв.
Спортни и възстановителни дейности	132.21 лв.	281.13 лв.	185.35 лв.	567.24 лв.	310.67 лв.
Покупки	182.67 лв.	54.15 лв.	155.14 лв.	75.63 лв.	206.35 лв.
Друго	102.66 лв.	78.89 лв.	22.52 лв.	0.00 лв.	60.99 лв.
Общо	1250.43 лв.	1509.19 лв.	1836.36 лв.	2666.00 лв.	1818.40 лв.

Близо една трета (32%) от туристите споделят, че са похарчили повече от планираното по време на престоя си в България. Делът на тези оценки се е повишил с 10 пункта спрямо резултатите от предходната година, когато така са отговорили 22%. По-големи разходи са направени предимно за покупки, развлечения и поради по-високи цени от очакваните. Мнозинството (56%) са похарчили толкова, колкото са планирали, а 5% са спестили.

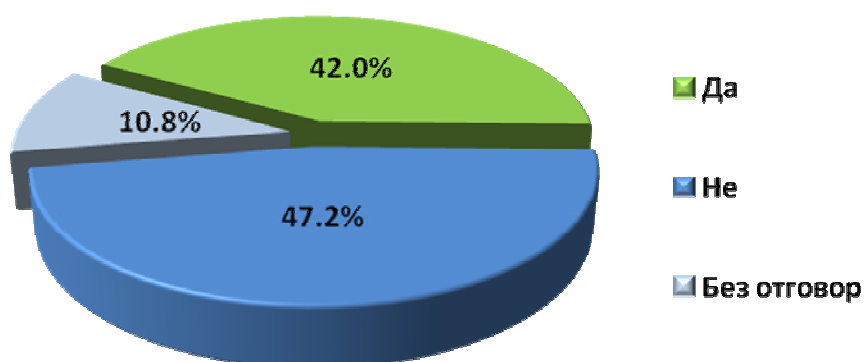
Субективна оценка на разходите (чужденци - общо)



Субективна оценка на разходите	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	14.1	11.7	5.3	9.1
Похарчих повече, отколкото бях запланувал	26.9	27.2	28.0	24.1
Изхарчих точно толкова, колкото бях запланувал	52.2	54.5	57.2	63.3
Изхарчих по-малко, отколкото бях запланувал	6.8	6.6	9.5	3.5

42% от чуждестранните туристи, прекарвали зимната си ваканция в страната, смятат, че цените в българските курорти са съпоставими с тези на другите курорти, които са посещавали. Четиридесет процента са на противоположното мнение.

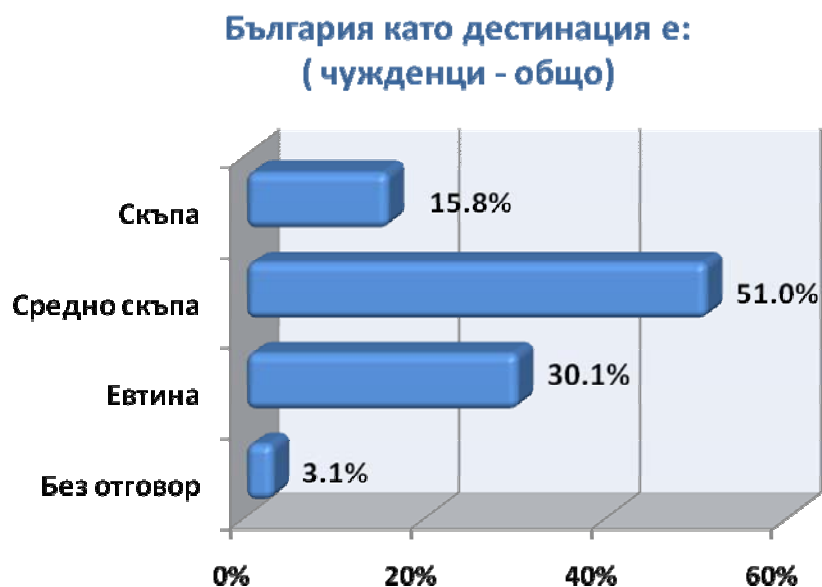
Съпоставимост на цените (чужденци - общо)



Съпоставимост на цените	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	18.4	9.3	12.3	9.7
Да	32.0	46.5	56.0	35.1
Не	49.6	44.2	31.7	55.2

Почти една трета (30%) от туристите определят България като евтина туристическа дестинация. Така отговарят 47% от гостите от Израел, 38% от Гърция, 29% от Дания, 26% от Ирландия, 22% от Великобритания, 22% от Сърбия, 18% от Белгия и 18% от туристите от Румъния. Според една втора от анкетираните (51%) България е средно скъпа, а за 16% - скъпа. Зад твърдението, че е скъпа дестинация, застават най-често туристите от Белгия (54%), от Холандия (34%), от Дания (27%), от Румъния (26%), от Ирландия (18%), от Франция и

Гърция – по 17%. Тези резултати ясно показват, че България вече не се възприема като евтина дестинация и че ценовите предимства се изчерпват.



България като дестинация е:	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	4.2	4.9	2.1	1.2
Евтина	22.4	26.0	28.8	12.4
Средно скъпа	64.1	50.6	42.4	75.2
Скъпа	9.2	18.5	26.7	11.2

По време на престоя си 45% от чуждите туристи са предпочели да се хранят в ресторантите на хотелите, в които са настанени, 35% се хранят в ресторанти, предлагащи традиционна българска кухня, а 14% - предимно в ресторанти извън хотела. По 2% приготвят самостоятелно храната си или са предпочели друг начин на хранене. Сравнението на данните с получените по време на миналогодишния зимен сезон показва увеличение в дела на хранещите се в хотела – от 39 на 45% и намаление на предпочитащите ресторанти с традиционна българска кухня – от 51 на 35%.

Хранене по време на престоя (чужденци - общо)



Хранене по време на престоя	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	2.9	3.5	3.3	1.9
Хотелски ресторант	45.7	43.7	34.6	50.6
Ресторант, който предлага традиционна българска кухня	20.5	22.3	22.6	32.8
Друг ресторант, извън хотела	29.7	28.5	38.7	12.4
Самостоятелно приготвена храна	1.0	1.1	0.8	1.5
Друго	0.3	0.9	-	0.8

Най-често в ресторантите на хотелите са се хранили туристите от Германия, Румъния, Украйна, Сърбия, Израел и Франция. Ресторантите с българска кухня са най-предпочитани от туристите от Гърция, Холандия, Русия и Франция. Другите ресторанти извън хотела са посочвани най-често от белгийците, датчаните, македонците, англичаните и ирландците.

Според 54% от чужденците, възможностите за използване на банкови кредитни карти в България са ограничени, 41% са на обратното мнение. Но и в първата група 71% не са срещнали сериозни затруднения, докато 29% са имали притеснения.

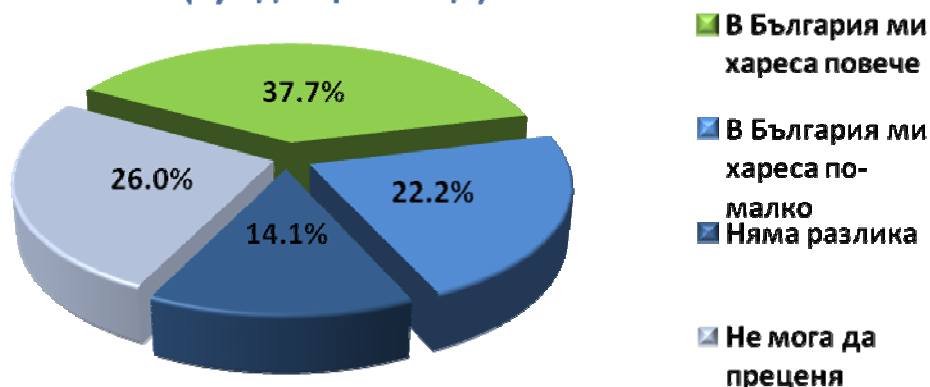
6. ОЦЕНКА НА ПРЕСТОЯ В БЪЛГАРИЯ

Като цяло, чуждестранните туристи са удовлетворени от престоя си в България. Тридесет и осем процента от интервюираните харесват повече престоя си тук, в сравнение с този в последната страна, в която са били. Четиринадесет процента не намират разлика, а на 22% престоят в другата страна им е допаднал повече.

Най-висока сравнителна оценка в полза на България е регистрирана при руснаците (46%), а най-ниска – при англичаните – 18%. Една трета от датчаните, както и една пета от англичаните не виждат разлика. Така са отговорили и всеки девети руснак и седми ирландец.

Като цяло и в четирите разглеждани групи, мнението „В България ми хареса по-малко“ е с по-ниски натрупвания в сравнение с общата съвкупност чуждестранни туристи.

Оценка на престоя в България в сравнение с последно посетената със същата цел страна (чужденци - общо)

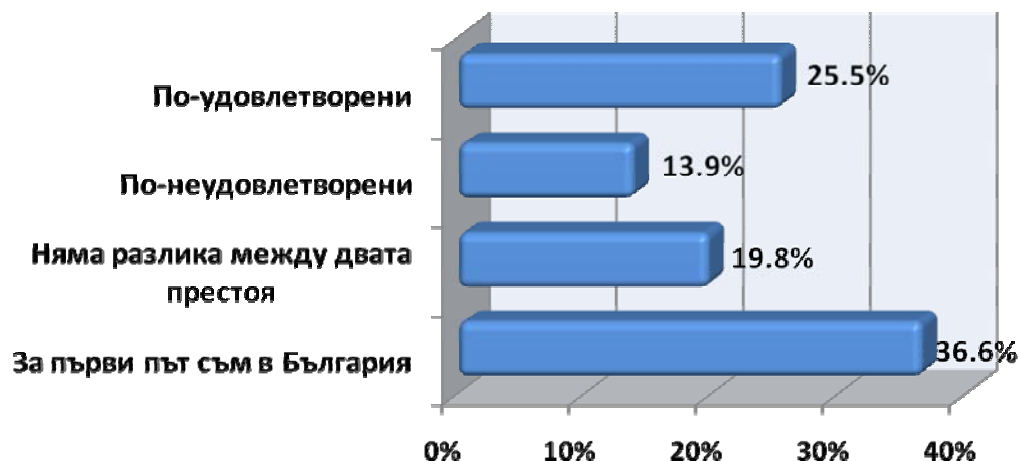


Оценка на престоя в България в сравнение с последно посетената със същата цел страна:	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
В България ми хареса повече	18.4	34.9	28.8	45.5
В България ми хареса по-малко	15.8	15.2	11.1	17.8
Няма разлика	22.2	14.1	31.3	11.2
Не мога да преценя	43.6	35.8	28.8	25.5

Двадесет и шест процента от запитаните в чужденци са по-удовлетворени от сегашния си престой в страната, в сравнение с предишното си идване в България. Двадесет процента смятат, че няма разлика между последните два престоая, а 14% са по-неудовлетворени.

Най-удовлетворени от сегашния си престой в страната са ирландците – всеки трети (31%). Този дял е чувствително по-висок от удовлетворените представители на Англия и Русия с по 19% и Дания с 17%.

Сравнение между предишния и сегашния престой в България (чужденци - общо)



Сравнение на сегашния престой в България с предишен:	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	7.9	6.4	2.1	6.9
По-удовлетворени	19.1	31.1	17.3	18.9
По-неудовлетворени	11.6	12.8	7.8	23.2
Няма разлика между двата престоая	14.4	12.8	20.6	12.0
За първи път съм в България	47.0	36.9	52.2	39.0

Какво прави престоя на чуждите ни гости по-приятен при това посещение на България? На първо място с 62% анкетираните поставят доброто съотношение между цените и качеството на обслужване. На второ място с 60% е качеството на курортите и инфраструктурата. Петдесет и седем процента избират добрата кухня, а 52% - разнообразието от услуги и развлечения за туристите. Петдесет и един процента от туристите са останали с добри общи впечатления от страната. Четиридесет и четири процента посочват спортните съоръжения, 40% - любезността на домакините, 32% - добрата програма на туроператора, а 32% - заниманията за деца.

Оценявайки факторите за по-приятния си престой, руснаците поставят на първо място добрата кухня (65%). С почти еднакви дялове следват качеството на курортите и инфраструктурата (53%) и любезността на домакините (51%).

За удовлетворителното прекарване на зимната ваканция на датчаните и ирландците основно са допринесли качеството на курортите и инфраструктурата, посочени съответно от 95% и 77%. С еднакви дялове (74%) датчаните оценяват добрата кухня, любезността на домакините, програмата на туроператора, спортните съоръжения. При ирландците на второ място са спортните съоръжения (76%), следва любезността на домакините (75%), разнообразието от услуги и развлечения за туристи (74%), съотношението цени/обслужване (73%).

Причини за позитивна оценка на престоя	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	8.8	14.7	5.0	2.4	4.1
Съотношението цени/обслужване	62.1	47.5	73.0	69.0	38.8
Качеството на курортите и инфраструктурата	60.2	60.1	77.3	95.2	53.1
Добрата кухня	57.4	57.1	70.2	73.8	65.3
Разнообразието от услуги и развлечения за туристи	51.6	53.4	73.8	71.4	44.9
Общото впечатление от страната	50.6	51.3	70.9	71.4	28.6
Спортните съоръжения	44.2	61.8	75.9	73.8	44.9
Любезността на домакините	39.9	54.6	74.5	73.8	51.0
Програмата на туроператора	32.2	47.1	70.9	73.8	22.4
Заниманията за деца	31.5	41.2	63.8	66.7	16.3
Друго	2.0	2.1	2.1	9.5	2.0

Изследването търси да очертае и негативните впечатления на респондентите. В цялата съвкупност на чуждестранни туристи 74% не изразяват отрицателни впечатления. По 9% споделят, че не са доволни от разнообразието на услуги и развлечения за туристите и съотношението между цените и качеството на обслужването. По 8% посочват като недостатъци на престоя си в България програмата на туроператора, заниманията за деца, липсата на любезност от страна на домакините. Шест процента са останали с недобри общи впечатления от страната ни. Толкова са и неудовлетворените от спортните съоръжения. За

5% престоят им този път е по-неприятен заради ниското качеството на курортите и инфраструктурата, а 4% изразяват недоволство от храната.

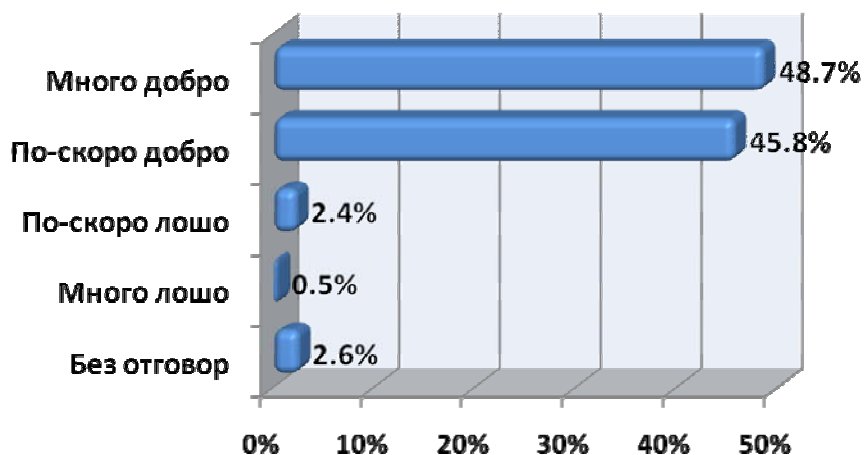
Изследването показва, че в сравнение с предишен престой в България относително по-високо недоволство изразяват руснаците и англичаните. Близко 40% в тези две групи посочват неприятни впечатления. Всеки четвърти руснак (25%) е недоволен от заниманията за деца. По 20% посочват съотношението цени/обслужване и програмата на туроператора. Осемнадесет процента са недоволни от разнообразието от услуги и развлечения за туристи, 16% - от качеството на курортите и инфраструктурата, по 12% от общото си впечатление от страната и спортните съоръжения. При англичаните най-често се изтъква разочарование от съотношението цена-качество на услугите (16%), разнообразие на услугите (13%), програма на туроператора (11%).

Причини за негативна оценка на престоя	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	73.7	63.4	78.0	78.6	61.2
Разнообразието от услуги и развлечения за туристи	9.3	12.6	7.1	11.9	18.4
Съотношението цени/обслужване	8.8	16.0	7.8	14.3	20.4
Програмата на туроператора	8.2	10.5	7.8	-	20.4
Заниманията за деца	8.1	6.3	8.5	-	24.5
Любезността на домакините	7.8	7.1	7.8	4.8	8.2
Общото впечатление от страната	6.5	9.2	9.9	2.4	12.2
Спортните съоръжения	5.8	4.2	7.1	-	12.2
Качеството на курортите и инфраструктурата	5.2	8.0	5.7	2.4	16.3
Добрата кухня	3.5	8.4	9.9	4.8	2.0

Запитани за първото си впечатление от страната, одобрителните отговори на анкетираните чужденци са в рамките на 90%. Четиридесет и девет процента го определят като „много добро“, а 46% като „по-скоро добро“. В негативния край на скалата - „по-скоро лошо“ и „лошо“, натрупванията са минимални - 3%.

Подобна е картината във всички наблюдавани групи. Единствено при англичаните и ирландците се наблюдават малко по-високи натрупвания, в сравнение с общата съвкупност, на неодобрителните отговори – съответно 6 и 8 на сто.

**Първо впечатление от страната
(чужденци - общо)**



Първо впечатление от страната	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	3.1	3.3	2.1	2.3
Много добро	42.4	47.1	46.9	60.3
По-скоро добро	48.5	41.5	47.7	35.1
По-скоро лошо	5.4	6.6	3.3	1.9
Много лошо	0.6	1.5	-	0.4

Най-често (49%) туристите са впечатлени от красивата природа на страната, за (46%) - традиционната българска кухня, на 21% - местните хора и установените приятелства, на 19% - историята на България, а на 14% - многобройните и добри възможности за различни видове туризъм.

Подобни са разпределенията и при наблюдаваните четири групи. Все пак е добре да се подчертае, че красивата природа е впечатлила най-силно повече от половината англичани (55%) и почти две трети от датчаните (61%), докато традиционната българска кухня е оценена най-високо от руснаците – 56%.

Най-силно впечатление от: (чужденци - общо)



Най-силно впечатление от:	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	8.3	6.6	3.7	4.2
Традиционната българска кухня	31.6	33.1	46.9	56.0
Историята на България	13.3	22.1	29.2	26.6
Местните хора и завързване на нови приятелства	27.8	23.2	9.5	17.8
Красивата природа	55.1	33.6	61.3	39.0
Многобройните добри възможности за различни видове туризъм	8.1	10.6	6.2	11.6
Друго	4.3	4.9	1.2	1.5

Осемдесет и три процента от запитаните са се запознали с типичната за българите храна, 34% с облеклото, 56% с песните ни, 52% с танците, а 26% с българските обичаи.

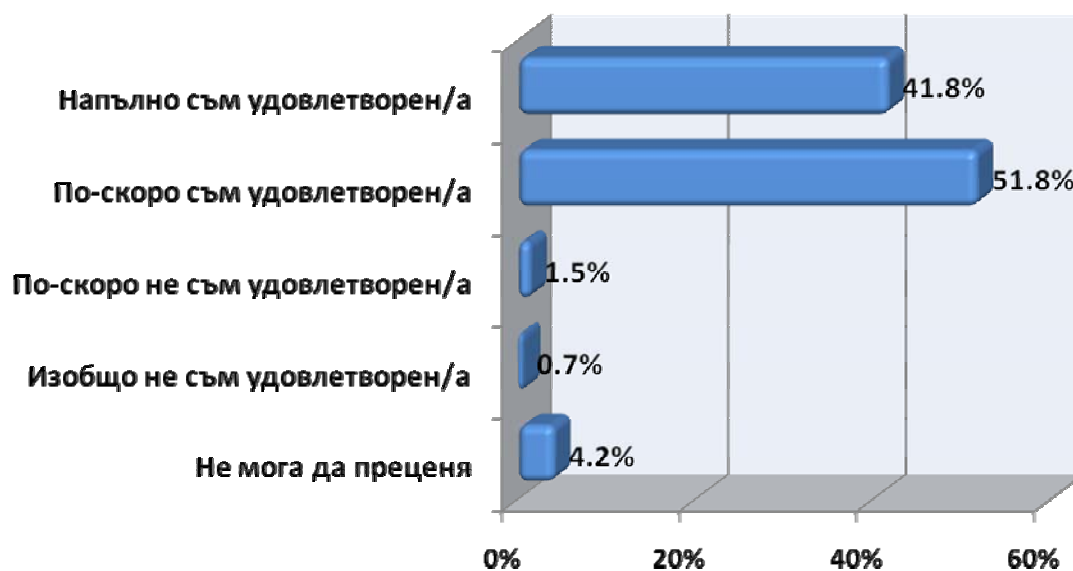
7. УДОВЛЕТВОРЕНОСТ ОТ ПРЕСТОЯ

Като цяло чуждестранните туристи, прекарвали зимната си почивка в страната през 2008 и 2009 година, са удовлетворени. Четиридесет и два процента заявяват, че са напълно удовлетворени от почивката, а 52% - по-скоро удовлетворени. Два процента са маркирали отговора „по-скоро не съм удовлетворен“, а по-малко от 1% - „изобщо не съм

удовлетворен”. По този начин общата удовлетвореност се запазва в рамките на регистрираното и през миналия зимен туристически сезон.

Средно над 90% от запитаните в четирите наблюдавани групи също са доволни от престоя си в България.

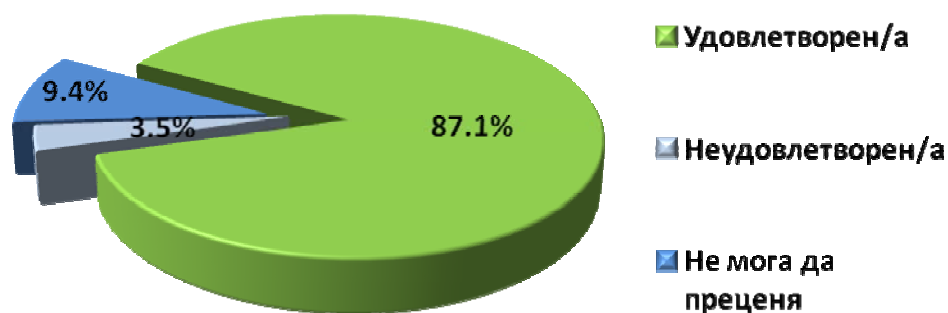
Удовлетвореност от престоя като цяло (чужденци - общо)



Удовлетворение от престоя си като цяло	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Напълно съм удовлетворен/а	36.8	32.2	25.9	48.7
По-скоро съм удовлетворен/а	54.6	57.0	65.8	46.7
По-скоро не съм удовлетворен/а	4.5	5.3	6.2	1.5
Изобщо не съм удовлетворен/а	0.7	0.7	-	0.8
Не мога да преценя	3.4	4.8	2.1	2.3

Малко по-ниски са оценките за удовлетвореността на туристите от посетените заведения за хранене и развлечения. Тридесет и шест процента са напълно удовлетворени от тях, а 52% са по-скоро удовлетворени. Дванадесет процента от ирландците изразяват неудовлетвореност.

Оценка на посетените заведения за хранене и развлечения (чужденци - общо)



Оценка на посетените заведения за хранене и развлечения	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Удовлетворен/а	89.1	83.5	89.8	95.8
Неудовлетворен/а	7.0	11.8	7.8	1.9
Не мога да преценя	3.9	4.7	2.4	2.3

По отношение различните аспекти на почивката у нас се забелязва известна диференциация в мненията. За по-голяма яснота се сравняват и съпоставят единствено отговорите напълно удовлетворен/а и неудовлетворен/а.

Туристите изразяват много висока удовлетвореност от условията в хотелите и хигиената в тях. Малко по-ниски са оценките за личната безопасност. За разлика от морските курорти в зимните оплакванията от шума са малко.

Висока е и регистрираната удовлетвореност от кухнята и храната, от нощния живот, развлеченията. Сравнително по-ниска е от чистотата в курортите, възможностите за пазаруване, телекомуникациите и разнообразието от развлечения. Добра е удовлетвореността от организирани екскурзии, местния обществен транспорт, туристическата информация, колите под наем, условията за деца. В сравнение с тях по-критични са оценките за езиковите умения на обслужващия персонал и таксиметровите услуги. По-критични са оценките и за инфраструктурата, и Интернет услугите. Анкетирани туристи са най-критични към степента на застрояване на курортите.

Анкетирани лица и в четирите наблюдавани групи изразяват сравнително висока удовлетвореност по отношение на различните аспекти на почивката си в България. С повече

натрупвания на положителни оценки се отличават личната безопасност, условията и хигиената в хотела. Малко по-ниска е удовлетвореността от кухнята, напитките, шума и чистотата в курорта, нощния живот, развлеченията, възможността за пазаруване. Има какво да се желае по отношение на обслужването – учтивостта на персонала и езиковите умения, организирането на екскурзии, условията за деца и туристическата информация, телекомуникациите и Интернет. Най-негативно са оценени степента на застрояване на курортите, инфраструктурата, транспорта – местният обществен, такситата и колите под наем.

Класирането на отделните аспекти във всяка една от групите са сходни. Различават се по степен на натрупванията. Общо, може да се каже, че дяловете на удовлетвореност са най-високи при руснаците и най-ниски при датчаните. Ирландците и англичаните са по средата, като вторите са по-критични.

Удовлетвореност и неудовлетвореност от различните аспекти на почивка: (чужденци - общо)



Удовлетвореност и неудовлетвореност от различните аспекти на почивка: (чужденци - общо)



Удовлетвореност от различните аспекти на почивката (дялове на удовлетвореност и неудовлетвореност)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
<i>Личната безопасност</i>				
Удовлетворен/а	45.6	57.6	67.2	54.4
Неудовлетворен/а	2.3	2.6	1.2	2.3
<i>Условията в хотела</i>				
Удовлетворен/а	42.5	49.1	39.5	53.5
Неудовлетворен/а	4.5	4.9	1.2	3.1
<i>Шума в курортите</i>				
Удовлетворен/а	34.2	39.1	28.4	34.4
Неудовлетворен/а	9.6	7.5	19.8	3.9
<i>Хигиената в хотела</i>				
Удовлетворен/а	39.3	46.3	32.5	49.0
Неудовлетворен/а	6.9	4.9	2.9	2.3
<i>Чистотата в курорта</i>				
Удовлетворен/а	29.0	30.0	21.8	29.7
Неудовлетворен/а	16.6	15.7	21.4	8.1

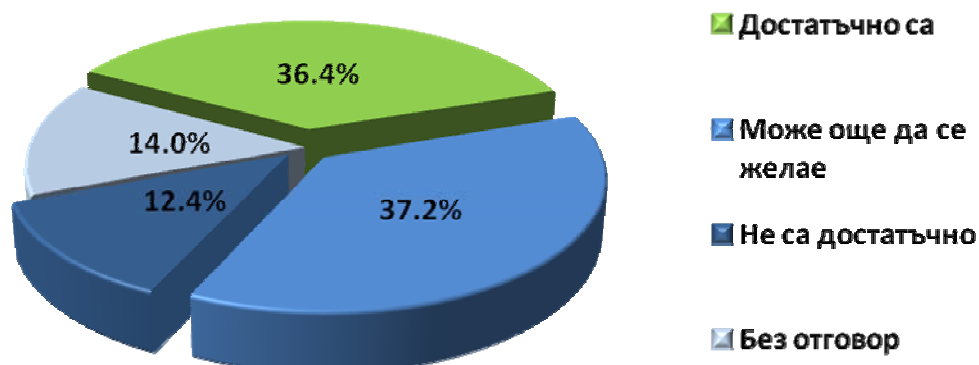
Удовлетвореност от различните аспекти на почивката (дялове на удовлетвореност и неудовлетвореност)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
<i>Кухнята/напитките</i>				
Удовлетворен/а	36.6	36.6	33.7	55.2
Неудовлетворен/а	8.9	10.2	5.3	0.8
<i>Нощния живот</i>				
Удовлетворен/а	34.3	34.9	34.6	25.5
Неудовлетворен/а	6.4	6.8	2.9	3.5
<i>Развлеченията</i>				
Удовлетворен/а	32.1	28.5	33.7	35.1
Неудовлетворен/а	7.6	9.7	4.5	3.5
<i>Възможностите за пазаруване</i>				
Удовлетворен/а	19.1	19.6	16.0	27.8
Неудовлетворен/а	16.6	17.4	11.9	10.0
<i>Учтивостта на обслужващия персонал</i>				
Удовлетворен/а	28.5	26.5	13.6	51.0
Неудовлетворен/а	9.6	14.1	8.2	3.5
<i>Езиковите умения на обслужващия персонал</i>				
Удовлетворен/а	28.1	26.5	9.9	38.2
Неудовлетворен/а	11.6	14.3	27.2	7.3
<i>Организираните екскурзии</i>				
Удовлетворен/а	17.7	20.5	9.1	14.7
Неудовлетворен/а	6.4	11.0	11.5	5.8
<i>Таксиметровите услуги</i>				
Удовлетворен/а	12.6	14.1	8.2	5.8
Неудовлетворен/а	11.7	15.9	21.8	12.0
<i>Колите под наем</i>				
Удовлетворен/а	9.0	7.9	5.3	3.9
Неудовлетворен/а	3.3	7.7	2.9	7.3
<i>Местния обществен транспорт</i>				
Удовлетворен/а	9.7	10.6	6.2	3.1
Неудовлетворен/а	6.3	10.8	9.1	6.6
<i>Туристическа и друга информация</i>				
Удовлетворен/а	15.1	17.2	8.6	20.5
Неудовлетворен/а	6.2	9.7	11.5	7.3
<i>Условията за деца</i>				
Удовлетворен/а	11.9	15.9	7.4	14.3
Неудовлетворен/а	5.9	6.4	1.6	5.8

Удовлетвореност от различните аспекти на почивката (дялове на удовлетвореност и неудовлетвореност)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
<i>Телекомуникациите</i>				
Удовлетворен/а	22.8	19.4	12.3	20.8
Неудовлетворен/а	4.9	9.3	5.8	8.1
<i>Разнообразието от развлечения</i>				
Удовлетворен/а	21.3	19.6	15.2	28.2
Неудовлетворен/а	9.2	13.0	7.4	8.9
<i>Степента на застрояване на курортите</i>				
Удовлетворен/а	14.7	13.2	6.6	10.4
Неудовлетворен/а	22.2	35.6	40.7	15.4
<i>Интернет услугите</i>				
Удовлетворен/а	18.5	19.9	11.9	25.1
Неудовлетворен/а	7.2	18.3	15.2	12.4
<i>Инфраструктурата</i>				
Удовлетворен/а	13.4	11.0	7.0	12.4
Неудовлетворен/а	11.3	27.4	19.3	10.0

Все още ниска остава удовлетвореността от указателните табели по пътищата и в туристическите курорти. Тридесет и шест процента от туристите смятат, че те са достатъчно. Тридесет и седем процента са на мнение, че все още има какво да се желае, а 12% смятат, че табелите са недостатъчно.

В рамките на една трета туристите от Русия (32%), Дания (33%) и Ирландия (30%) смятат, че табелите и указателните знаци са достатъчно. При англичаните този дял е едва 21%. Тези, които смятат, че табелите са недостатъчно и в четирите групи, са с малки дялове. Най-големи натрупвания им в опцията „Има какво да се желае“ – руснаци и ирландци - 46%, датчани – 50%, англичани – 33%.

Отношение към указателните знаци по пътищата и в туристическия курорт (чужденци - общо)



Отношение към табелите указателните знаци по пътищата и в туристическия курорт	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	39.5	15.7	11.1	9.7
Достатъчно са	21.1	29.6	32.9	31.7
Може още да се желае	33.0	45.9	50.2	45.9
Не са достатъчно	6.4	8.8	5.8	12.7

Зимните чуждестранни туристи оценяват добре ски-зоната, съоръженията и екипировката. Далите негативни оценки са под 9%. Сравнявайки оценките в четирите наблюдавани групи, трябва да се каже, че при англичаните има най-голям брой неотговорили и най-ниски дялове на удовлетвореност, при датчаните всеки пети (21%) е недоволен от езиковите умения на ски-учителите.

Туристите и от четирите наблюдавани групи изразяват недоволство към едни и същи условия. Това са – ски-зоната, видовете ски-писти, хижи, заслони, чайни, медицински и спасителни услуги, лифтовете, транспортът до пистите. Освен датчаните, макар и в по-малка степен, англичаните и ирландците също изразяват неудовлетвореност от езиковите умения на ски-учителите.

Степен на удовлетвореност и неудовлетвореност от:
(чужденци - общо)



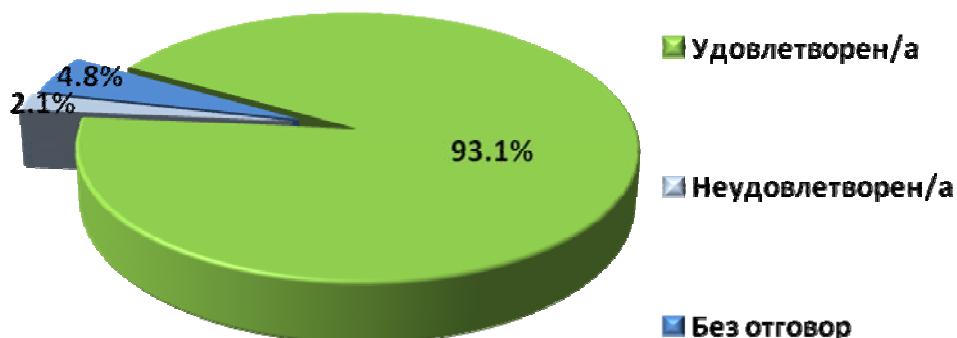
Степен на удовлетвореност и неудовлетвореност от:	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
<i>Ски-екипировка</i>				
Без отговор	39.1	15.0	7.4	25.9
Удовлетворен/а	57.1	83.5	92.6	72.1
не удовлетворен/а	3.8	1.5	-	2.0
<i>Ски - съоръжения, влекаве</i>				
Без отговор	39.6	15.7	15.6	20.5
Удовлетворен/а	57.1	82.1	83.4	75.2
Неудовлетворен/а	3.3	2.2	0.8	4.3
<i>Лифтове, транспорт до пистите</i>				
Без отговор	37.6	17.0	16.9	21.6
Удовлетворен/а	56.5	78.0	79.4	75.7
Неудовлетворен/а	5.9	5.0	3.7	2.7
<i>Ски-зона - видове писти</i>				
Без отговор	38.4	16.1	19.3	24.3
Удовлетворен/а	55.4	77.2	74.1	69.1
Неудовлетворен/а	6.2	6.7	6.6	6.6

Степен на удовлетвореност и неудовлетвореност от: (продължение)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
<i>Ски – училища</i>				
Без отговор	46.3	17.4	23.9	37.5
Удовлетворен/а	48.4	78.2	71.2	57.1
Неудовлетворен/а	5.3	4.4	4.9	5.4
<i>Езикови умения на ски треньорите</i>				
Без отговор	45.6	17.7	23.9	34.7
Удовлетворен/а	48.8	76.7	55.1	61.5
Неудовлетворен/а	5.6	5.6	21.0	3.8
<i>Качество на предоставените услуги</i>				
Без отговор	41.8	17.7	22.6	30.1
Удовлетворен/а	54.2	77.9	73.7	66.4
Неудовлетворен/а	4.0	4.4	3.7	3.5
<i>Хижи, заслони, чайни</i>				
Без отговор	42.8	18.1	25.1	30.9
Удовлетворен/а	49.6	75.1	72.5	62.6
Неудовлетворен/а	7.6	6.8	2.4	6.5
<i>Медицински и спасителни услуги</i>				
Без отговор	49.3	18.3	24.3	37.8
Удовлетворен/а	44.7	74.8	74.1	61
Неудовлетворен/а	6.0	6.9	1.6	1.2
<i>Безопасни ли са зимните ни курорти</i>				
Без отговор	41.8	20.1	25.1	29.7
Удовлетворен/а	53.3	75.0	74.5	66.9
Неудовлетворен/а	4.9	4.9	0.4	3.4

Проведеното изследване показва, че степента на удовлетвореност от качеството на предлаганите туристически продукти и услуги е добра. Тридесет и пет процента от анкетираните са отговорили, че са напълно удовлетворени, а 58% - че са по-скоро удовлетворени. Два процента са отговорили, че по-скоро не са удовлетворени, а близо 1% - изобщо не са удовлетворени.

Удовлетвореността при руснаците и датчаните е над 94% - 95%, а при англичаните и ирландците – 89 – 90%. Делът на напълно удовлетворените е най-висок при руснаците, а най-нисък при датчаните. Най-висок е делът на неудовлетворени при англичаните – 6%.

Обща удовлетвореност от качеството на предлаганите туристически продукти и услуги (чужденци - общо)



Обща удовлетвореност от качеството на предлаганите туристически продукти и услуги	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	5.3	6.8	2.9	3.5
Удовлетворен/а	89.1	89.9	95.1	94.2
Неудовлетворен/а	5.6	3.3	2.0	2.3

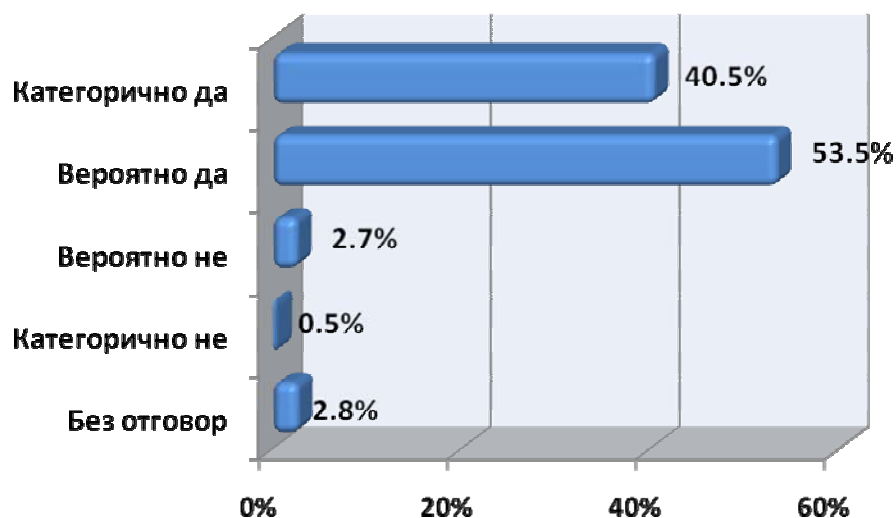
Високата удовлетвореност е предпоставка за следващо посещение на страната ни. На въпроса дали биха посетили отново страната ни, 41% от анкетираните са отговорили с „категорично да”, а 53% с „вероятно да”. Само 3% посочват, че вероятно не биха посетили страната ни отново, а под 1%, че твърдо не биха дошли отново.

От наблюдаваните четири групи, най-категорично намерение за следващо посещение са изразили англичаните – 40%. Датчаните са доста по-сдържани – 20% са убедени, че ще посетят България отново. При руснаците и ирландците тези дялове са по една трета.

И в четирите групи преобладават отговорите „вероятно да” – три четвърти от датчаните, почти две трети от руснаците, повече от половината от ирландците и почти половината от англичаните.

Дяловете на отговорите „вероятно не” и „категорично не” са със сравнително ниски стойности – 8% от англичаните, по 6% от ирландците и датчаните и 2% от руснаците.

Намерение за следващо посещение на България (чужденци - общо)

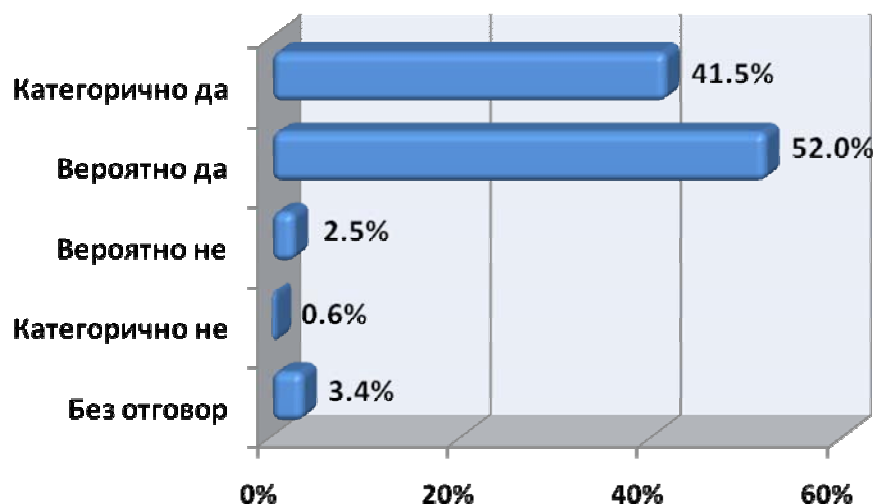


Намерение за следващо посещение на България	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	4.1	3.5	.8	2.7
Категорично да	40.0	31.8	19.8	32.8
Вероятно да	47.6	58.3	73.3	61.8
Вероятно не	7.6	5.7	5.3	1.9
Категорично не	0.7	0.7	0.8	0.8

Резултатите от изследването показват, че освен личния опит и препоръката от приятел е важен фактор при планиране на почивките. Четиридесет и два процента от всички чуждестранни туристи категорично биха препоръчали страната ни за почивка на свои приятели, а 52% вероятно биха направили това. Едва 3% не биха препоръчали България.

Намеренията на англичаните и руснаците са съизмерими с тези на всички туристи, докато датчаните и по този въпрос са най-сдържани и предпочитат да посочат опцията „вероятно да“.

Намерение за препоръка на България на приятели (чужденци - общо)



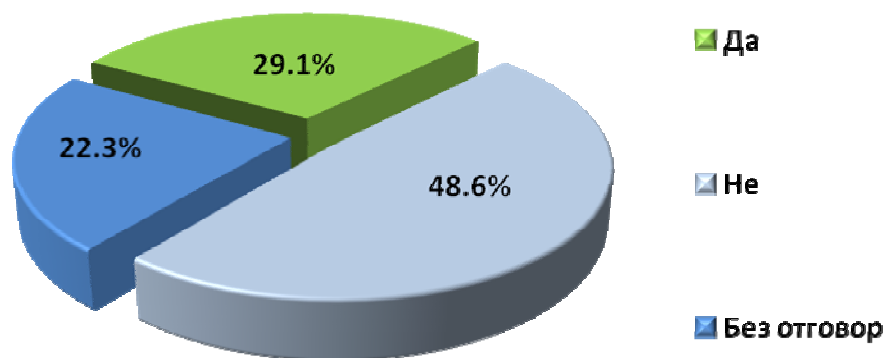
Намерения за препоръка на България на приятели	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	4.8	4.6	2.9	4.6
Категорично да	42.2	32.9	17.7	40.5
Вероятно да	45.7	56.1	73.7	52.5
Вероятно не	6.4	6.2	4.5	1.2
Категорично не	0.9	0.2	1.2	1.2

8. ИНТЕРЕС НА ЧУЖДЕСТРАННИТЕ ТУРИСТИ КЪМ СЕЛСКИ И ЕКОТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ЗИМАТА

Двадесет и девет процента от чуждестранните туристи в настоящия проект споделят, че са склонни да практикуват селски туризъм през зимата.

В наблюдаваните четири групи най-голяма склонност за селски туризъм през зимата проявяват датчаните (27%), следват руснаците (20%), докато при англичаните и ирландците този дял е по-нисък – съответно 16 и 14 на сто.

Склонност към практикуване на селски туризъм през зимата (чужденци - общо)



Склонност към практикуване на селски туризъм през зимата	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	46.9	23.6	39.1	11.6
Да	16.0	13.9	26.7	20.1
Не	37.1	62.5	34.2	68.3

Тридесет и седем процента от всички чужденци, почивали през зимата в България, асоциират селския туризъм с настаняване в къща за гости на село. С настаняване в хотел на село го свързват 12%, с къща с работещо животновъдно или растениевъдно стопанство 11%, а с вила на село - 10%. С апартамент или стая в селска къща - 5%, със селски ваканционен комплекс - 4%, а с къмпинг - 2%.

Деветнадесет процента от зимните туристи са ползвали настаняване на село в България, а 30% са ползвали такова в чужбина. Основните източници на информация за селския туризъм са препоръките на приятели (13%), туристически информационен център, туристически агенции или Интернет (по 10% за всяка от опциите). Далеч по-назад остават пътеводителите (2%), рекламните материали (1%) и туристическите борси и изложения (малко под 1%).

Сред чуждите туристи няма ясно утвърдени стандарти за селски туризъм. Това, на което държат, е категорията и броят на звездите на мястото за настаняване. При избора си 22% обръщат внимание на категорията, броя на звездите и еделвайсите на мястото. За 12% е важно дали средството за подслон е част от туристическа верига, а 10% - дали то е сертифицирано със специален етикет за качество или еко обслужване. Въпреки че туристите отговарят, че обръщат внимание на марката или сертификацията, само под 1% от тях могат да назоват конкретна марка.

Когато пристигнат на място за настаняване, туристите обръщат най-голямо внимание на хубавия изглед от стаята или къщата (9%). След него се нареждат приветливото обслужване и лесния достъп до мястото (по 7%), бързото и лесно настаняване (4%), съответствието на обекта с неговото предварително описание и наличието на място за паркиране (по 3%), естетическата издържаност на обекта (2%) и наличието на информация за региона (близо 1%).

В четирите наблюдавани групи туристи неотговорилите са основната съвкупност. За всеки десети руснак и датчанин най-важното при пристигането е хубавият изглед. Следват мястото за настаняване и приветливото обслужване от страна на домакините. Англичаните и ирландците не посочват фактор със значими натрупвания.

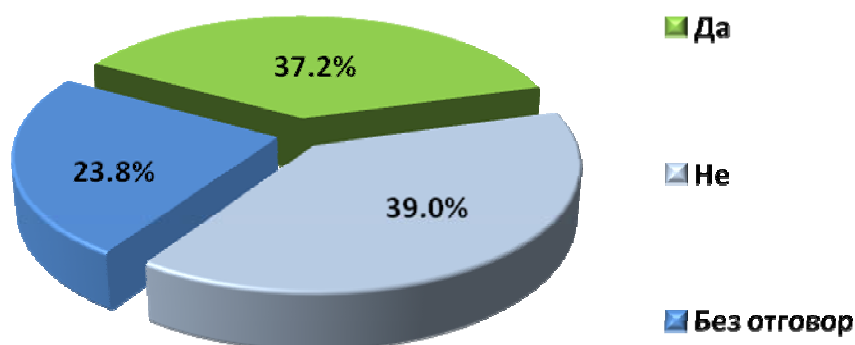
Най-важен фактор за първото впечатление при пристигането в България (чужденци - общо)



Най-важен фактор за първото впечатление при пристигането в България	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	85.8	81.2	67.9	71.0
Хубави изгледи от стаята/къщата	3.1	4.2	10.3	9.7
Приветливо обслужване от страна на домакините и обслужващия персонал	3.0	2.9	7.8	7.3
Мястото за настаняване е леснодостъпно	4.1	5.3	9.1	6.6
Настаняването отговаря напълно на описанието си	1.7	1.8	3.3	2.3
Бързо и лесно настаняване	0.8	2.0	-	2.7
Място за паркиране	0.2	-	0.4	-
Естетически издържана декорация и оборудване	0.9	2.6	0.8	-
Наличност на информация за региона	0.3	-	-	0.4
Друго	0.1	-	0.4	-

Тридесет и седем процента от зимните туристи биха практикували екологичен туризъм през зимата. При допълнително изследваните групи датчаните са най-големи почитатели на този вид туризъм, най-слаб интерес проявяват англичаните и ирландците, а руснаците са по средата.

Склонност към практикуване на екологичен туризъм през зимата (чужденци - общо)



Склонност към практикуване на екологичен туризъм през зимата	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	49.2	26.0	41.6	17.0
Да	17.9	18.5	39.9	28.2
Не	32.9	55.5	18.5	54.8

Двадесет и осем процента от всички чуждестранни туристи асоциират еко туризма през зимата с къща за гости на село, а всеки пети (20%) - с хижа. Петнадесет процента го свързват с вила, 11% - с къмпинг, 9% - с хотел на село, а 1% - с мотел.

Основният предпочитан начин за резервация на екологична ваканция през зимата е чрез туристическа агенция. Всеки пети отговаря по този начин (20%). Единадесет на сто от изследваните споделят, че предпочитат да правят това по Интернет, 6% - директно по телефона

или по електронна поща. Два процента не правят предварителна резервация, а под 1% правят резервация чрез асоциация или друга утвърдена мрежа.

И при екологичния туризъм, както и при селския, няма утвърдени стандарти за качество. При избора си на място за настаняване 22% от туристите обръщат внимание на категорията и броя на звездите. Единадесет процента се интересуват дали обектът е част от туристическа марка или верига, а 7% - дали е сертифициран със специален етикет за качество или еко обслужване. Под 1% са туристите, които посочват конкретна марка.

Когато избират мястото за настаняване за екологичен туризъм, чуждите туристи обръщат най-голямо внимание на комфорта на стаите и къщата или хижата (18%). С равни дялове от по 15% на второ място се подреждат тихата и спокойна среда и удобното местоположение на настаняването, а на трето е ценовото равнище с 14%. Дванадесет процента от туристите обръщат внимание на говорените от домакините езици, а 11% държат туристическият район да им е познат. Също толкова (11%) търсят атрактивна природа и заобикаляща среда. Девет процента искат мястото да е добре покрито с мобилни комуникации. Осем процента отдават внимание на наличието на средства за развлечение и на предложения за рекреация. Осем на сто са и желаещите да има пълна и качествена информация за мястото. Седем процента искат да има наличие на Интернет, а също толкова държат на здравни услуги наблизо.

Разпределенията на натрупванията по фактори, които са важни при избора на място в четирите наблюдавани групи, не се отличават съществено от тези в общата съвкупност. Най-важни фактори за тях са удобното местоположение на настаняването, комфортът на стаите и къщата/хижата, ценовото равнище, атрактивната природа и заобикаляща среда и говорените езици от домакините.

Фактори за избор на място за отсядане	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Без отговор	63.6	82.2	82.1	60.5	72.6
Комфорт на стаите и къщата /хижата/	17.6	12.8	11.3	18.5	9.3
Тиха и спокойна среда	14.9	5.9	4.4	14.0	13.9
Удобно местоположение	14.8	14.2	11.3	21.0	6.9
Ценово равнище	14.2	11.7	5.7	23.0	9.3
Говорени езици от домакините	11.6	7.3	4.9	5.3	8.5
Познат регион	11.4	4.3	2.0	4.5	4.2

Фактори за избор на място за отсядане	Чужденци (общо)	Англичани	Ирландци	Датчани	Руснаци
Атрактивна природа и заобикаляща среда	10.8	8.3	4.6	17.3	13.9
Покритие на мобилните оператори	9.3	4.6	4.2	3.7	5.0
Съоръжения за развлечение и предложения за почивка	8.1	7.2	6.4	9.5	3.5
Пълна и качествена информация	7.7	2.4	1.3	1.2	5.8
Наличие на Интернет	7.4	5.1	5.3	4.5	5.8
Наличие на здравни услуги наблизо	7.1	5.4	2.0	5.3	2.7
Друго	0.5	0.4	0.2	0.4	-

9. АНАЛИЗ НА МНЕНИЯ, ОЦЕНКИ И ПРЕПОРЪКИ НА ПОСЕТИТЕЛИТЕ

В края на анкетната карта чужденците са запитани с въпроси в отворена форма (не са дадени отговори, а респондентите трябва сами да ги формулират и изпишат) какво е тяхното впечатление от България, какво им е харесало и какви са техните препоръки.

1. Привлекателни условия за чужденците

Факторите, които имат позитивна роля за привличане на чужденци в България през зимата могат да бъдат разгледани в няколко категории – природа, обслужване, туризъм.

Безспорно чужденците са най-силно впечатлени от българската природа като цяло и по-конкретно – планината: **„Най-ценното нещо в България е нейната природа, но планините са нещо изключително”, „Ще препоръчам на всички приятели да дойдат да видят зимата в планина в България”**.

Други фактори, които могат да бъдат отнесени в тази категория са чистият въздух, спокойствието: **„Красива и спокойна природа!”**.

Към категорията обслужване могат да бъдат съотнесени забавленията, дружелюбните хора (**„Всички са много мили и усмихнати”**) и доброто посрещане (**„Българите винаги са**

готови да помогнат и наистина са много гостоприемни“), хубавата храна, хубавите хотели „Курортът прави впечатление с новите си хотели.“

Туризмът включва всички възможности за приятно и активно прекарване на свободното време – обиколни разходки, исторически туризъм *„Сега разбрах колко е интересна и богата историята на България“*, СПА процедури (*„... чудесни възможности за СПА процедури“*), добро ниво на зимните спортове, разнообразие на ски-писти, добри ски-училища *„В България най-много ме привличат чудесните възможности, които сте създали за зимните спортове“*.

Сред положителните условия трябва да се посочат и ниските цени. Фактор, който по време на финансовата криза ще повишава своето влияние *“Предстои България да бъде открита от света, защото с ниските си цени ще става все по-търсена.“*

2. Проблеми по време на зимната почивка

Основните проблеми, които чуждестранните туристи срещат в България през зимата, са свързани с инфраструктурата, транспорта и обслужването.

Чужденците са особено критични към мръсните и лоши пътища (*„Пътищата са не само много лоши, но не се и чистят!“*), мръсотията в обществените тоалетни (*„Няма тоалетни! А и тези, които ги има, са мръсни! На всичкото отгоре трябва и да си плащаме!“*), прекаленото застрояване (*„Прекалено много бетон и малко удобства!“*), проблеми с водата в хотелите и апартаментите.

Обслужването, независимо че е един от привлекателните фактори в полза на България, носи и негативи. На първо място, трябва да се спомене слабото владение на чужди езици от хората, които обслужват туристите в курортите (*„Как е възможно в един курорт, в който разчитате на чужденци, работещите да не говорят никакви чужди езици!“*). Често те не могат да предоставят нужната информация, именно поради езикови дефицити: *„За да може някой да се справи добре в страната, трябва да е научил преди това български. В противен случай, никой нищо не може да ти обясни.“* Лош имидж на страната създават и високите цени на таксиметровите услуги, недостатъчният брой лифтове и влекае: *„Пред лифтовете се образуват много големи опашки и много се чака. Това е много неприятно!“*.

Анкетираните критикуват и нахалните амбулантни търговци, които се допускат в курортите, и пушенето в заведенията.

Независимо че, като цяло, впечатлението от цените в България е, че са ниски и е евтино, някои от предлаганите услуги се преценяват като скъпи – например картите за ски, транспортът в курортите: **„Транспортът вътре в курорта е скъп. На повечето места, където съм бил, е безплатен.“**

3. Препоръки

Препоръките са свързани с основните проблеми, които чужденците срещат в българските курорти.

На първо място трябва да се споменат строежите на хотелите (**„Спрете да строите и си запазете природата, докато все още е останало нещо от нея!“**) и подобряване на пътищата и инфраструктурата и пространствата между хотелите (**„Трябва да помислите и да подобрите пространствата между хотелите“**). В този тип препоръки се откроява нуждата от летище близо до Пампорово: **„Без летище Пампорово няма да може да оправдае всички инвестиции в него.“**

На второ място са препоръките, свързани с необходимостта от владене на чужди езици и повишаване на качеството на уменията на обслужващия персонал, както и до подобряване на хигиената, на храната - качеството и количеството ѝ – **„Малки и мизерни порции!“**.

За да бъде България по-привлекателна дестинация за чужденците, трябва да се помисли и за техните забавления извън ски-спортовете – да има повече алтернативи, когато няма сняг, да се предлагат повече забавления през нощта: **„Когато има сняг е добре, но сега, когато няма – няма нищо за правене. Така не се печелят туристи.“**

По отношение на организацията на ски-спортовете, препоръките са свързани със създаването на повече ски-училища и ски-писти. Има предложения, които са свързани с диференциация на картите за ски – да има дву и тричасови **„Цените са високи“**.

Специално внимание трябва да се обърне на препоръките, свързани със сигурността на туристите. Сред проблемите се споменават кражби, а в препоръките - необходимостта от повече полиция **„Много трябва да се направи, за да има сигурност в курорта – стават кражби, а полиция или няма, или не иска да се намеси!“**.

Туристите са помолени да оценят рекламата на България. Почти половината от изследваните лица не отговарят на този въпрос.

Най-големи натрупвания сред отговорилите има на опцията „добра“ – 33%. Не липсват, обаче, и критики. Най-често, че не е достатъчна – 8%. Пет процента от анкетираните намират, че е лоша. По един процент си разделят мненията „отлична“, „Не е зле“, и „достатъчна“.

Оценка на рекламата на България. (Отворен въпрос)	%
Без отговор	47.2
Добра	32.6
Може да бъде по-добра	2.5
Не е зле	1.2
Достатъчна	1.3
Не е достатъчна	8.2
Лоша	4.8
Прекалена	.4
Не съм виждал никаква	.5
Отлична	1.3

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В резултат на анализа могат да се направят следните по-важни изводи и заключения:

- Зимните туристи през сезон 2008-2009 година са предимно хора на млада и средна възраст, в по-голямата си част мъже. Семейните туристи, особено тези с деца, са относително по-малко. Най-висок е относителният дял на пристигащите с приятелска компания. В сравнение с миналата година намалява делът на пристигащите сами.
- Туристите от Европейския съюз са 74%.
- Петдесет и шест на сто от туристите през този зимен сезон посещават страната ни за първи път, а за втори път наши гости са 33% от запитаните. Идващите за три и повече пъти в страната ни са 7 на сто. Увеличава се делът на постоянните туристи спрямо регистрираните за миналата година данни.
- Предпочитаните начини на настаняване са хотелите с три и четири звезди. В хотели с 4 звезди са отсядали 47% от туристите, а в хотели с 3 звезди - 26%. В 5 звездни хотели са нощували 3.0% . Руснаците предпочитат по-висок клас хотели в сравнение с другите групи чужденци.
- По време на престоя си в страната чуждестранните туристи са реализирали средно по 6.21 нощувки. Посетителите от четирите основни пазара – англичани, ирландци, датчани и руснаци остават по-дълго.
- Добрите условия за зимни спортове и красивата природа са основните фактори, които водят туристите у нас.
- Основните източници на информация са туроператорите, туристическите агенции и препоръките на приятели. Нараства значението на Интернет като източник на информация за туризма ни.

- Най-често планирането на пътуването става в относително кратки срокове. Петдесет и девет процента посочват период до месец. Западните туристи са склонни да планират почивката си по-отрано в сравнение с гостите от съседните на България страни.
- При подготовката на пътуването си в България 59% от туристите са закупили пакет от туристически услуги. Шестнадесет процента от всички туристи са се възползвали от услугите на български туроператор, а 43% - на чуждестранен.
- В закупените пакети на 56% от туристите е включена нощувка и закуска (полупансион). Двадесет и четири процента от туристите са предпочели да заплатят за нощувка, закуска и вечеря (пълен пансион), 12% са избрали опцията all inclusive. В пакетите на 53% е включен и транспортът до България и обратно.
- Средно един чуждестранен турист с пакет е похарчил за престоя си 1114 евро. През миналогодишния сезон разходът е бил 1132 евро. Доколкото средният престой в страната на чужденците с предварително закупени пакети е спаднал от 7.39 през миналия сезон на 6.6 дни, относителната цена на един ден престой се е повишила за тази група от 153 евро на 168 евро.
- Зимните туристи без закупени пакети плащат средно по 1250.43 лв. или 639 евро за почивката си в страната. В сравнение с миналата година (932 евро) разходът е паднал с 293 евро. Престоят на ден на тази група туристи е струвал почти два пъти по-евтино през настоящия сезон – 121.3 евро спрямо 254 евро през миналата година.
- Само 30% от туристите определят България като евтина туристическа дестинация. 51% я определят като средно скъпа, а 16% я оценяват като скъпа. От тези данни става ясно, че България вече не се възприема като евтина дестинация и че ценовите предимства се изчерпват.

- Чуждестранните туристи, прекарали зимната си почивка в страната през зимата на 2008 и 2009 година, са удовлетворени, като цяло от нея. Четиридесет и два процента заявяват, че са напълно удовлетворени от почивката, а 52%, че по-скоро удовлетворени. Изразените негативни мнения са изключително малко – 2% са маркирали отговора „по-скоро не съм удовлетворен“, а под 1% - „изобщо не съм удовлетворен“.
- Високата удовлетвореност е предпоставка за последващо посещение на страната ни и осигуряването на стабилен туристопоток. На въпроса дали биха посетили отново страната ни 41% от анкетираните са отговорили с „да, категорично“, а 53% с „вероятно да“.