

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТУРИСТИЧНОГО РАЙОНУВАННЯ: ПРИКЛАД БОЛГАРІЇ

FOREIGN EXPERIENCE OF TOURIST ZONING ON THE EXAMPLE OF BULGARIA

УДК 711.2 : 379.85

DOI <https://doi.org/10.32843/bses.52-6>

Мілінчук О.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Державний університет
«Житомирська політехніка»

Горшкова Л.О.

старший викладач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Державний університет
«Житомирська політехніка»

Milinchuk Olga

Zhytomyr Polytechnic State University
Horshkova Ludmyla
Zhytomyr Polytechnic State University

У статті розглянуто порядок організації туристичного районування на прикладі Болгарії – від постановки завдання Національному центру територіального розвитку до прийняття Концепції туристичного районування Болгарії Міністерством туризму країни. Проведений теоретичний аналіз включає порівняння стану туристичного районування таких країн, як Ірландія, Хорватія та Румунія. Результати аналізу підтвердили правильність вибраної концепції туристичного районування країни. Всього в Болгарії було виділено дев'ять туристичних районів: Дунав, Стара Планина, Долина Троян, Тракія, Родопи, Ріла-Пирин, Софійський, Варнське та Бургаське Чорномор'я. Основними видами туризму, які формують туристичний профіль країни, є морський, гірський, оздоровчий, культурний та діловий туризм. Із метою налагодження ефективного управління туристичними районами створено організації з їх управління. Даний досвід може бути використаний Україною для розвитку окремих туристичних районів та для брендингу країни на міжнародному туристичному ринку.

Ключові слова: туризм Болгарії, туристичний регіон, туристичне районування, територіальне районування, туристична спеціалізація.

В статті рассматривается порядок организации туристического районирования Болгарии – от постановки задачи Национальному центру территориального развития до принятия Концепции туристического районирования Министерством туризма страны. Проведенный теоретический анализ включает сравнение состояния существующего туристического районирования таких стран, как Ирландия, Хорватия и Румыния. Результаты анализа подтвердили правильность концепции туристического районирования. Всего в Болгарии было выделено девять туристических районов: Дунав, Старая Планина, Долина Роз, Тракия, Родопы, Рила-Пирин, Софийский, Варское и Бургасское Черноморье. Основными видами туризма, которые формируют туристический профиль, являются морской, горный, оздоровительный, культурный и деловой туризм. С целью налаживания эффективного управления созданы организации по управлению туристическими районами. Данный опыт может быть использован Украиной для развития туристических районов и для брендинга страны на международном туристическом рынке.

Ключевые слова: туризм Болгарии, туристический регион, туристическое районирование, территориальное районирование, туристическая специализация.

The article examines the organization of tourist zoning on the example of Bulgaria: from setting the task of the National Center for Territorial Development to the adoption of the Concept of Tourism Zoning by the Ministry of Tourism of Bulgaria. The theoretical analysis includes a comparison of the state of tourist units in such EU countries as Ireland, Croatia and Romania, in particular by area, population, number of beds in accommodation establishments and the actual level of its loading. The result of the analysis shows that the other countries also have regions with disproportionate allocation of territory and level of development of tourist development; and also confirmed the correctness of the chosen concept of tourist zoning which takes into account the physical, geographical, historical, cultural and infrastructural features of the territory. A total of nine tourist areas were highlighted in Bulgaria: Danube, Balkan Mountains Region, Valley of the Roses, Thrace, Rhodopes, Rila-Pirin, Sofia, Varna and Burgas Black Sea regions. Each of the above regions has its own specialization and uniqueness, which allows for a more effective regional marketing and makes each region more recognizable. The main types of tourism that form the tourist profile of the country are sea-, cruise-, mountain-, ecotourism, sport-, wellness-, religious-, cultural- and business tourism. Besides the general specialization the unique one of every tourism region have been described. The tourist regions and their main indicators, basic and unique features, the main types of tourism have been analyzed. In order to establish the effective management of each tourist unit, an organization for the management of each tourist area was created. As a conclusion, a well-developed tourist zoning is an effective instrument for the development of the tourism potential and the diversification of the tourist product taking into account the needs of the international markets. The tourist zoning experience can be used by Ukraine in the development of branding and of a marketing plan for the international market for tourist services.

Key words: tourism in Bulgaria, tourist region, tourist zoning, territorial zoning, tourist specialization.

Постановка проблеми. Чорноморський регіон є окремою географічною зоною, багатою природними ресурсами, що має стратегічне розташування на стику Європи, Центральної Азії та Близького Сходу. Країни, що входять до складу Чорноморського регіону – Болгарія, Туреччина, Грузія, Російська Федерація, Україна, – характеризуються культурним та етнічним розмаїттям, володіють багатою історичною та архітектурною спадщиною, природними ресурсами. Чорноморський регіон є традиційною рекреаційною зоною міжнародного значення та в умовах конкурентного розвитку світового туристичного ринку заслуговує на окреме дослідження сучасного стану туристичної галузі [4; 11]. Розвиток туристичної діяльності

у Чорноморському регіоні набирає швидких обертів. Однією з найуспішніших в туристичному розвитку є Болгарія.

Особливо корисний досвід розвитку туризму Болгарії для України, оскільки країни мають схожі клімат, рекреаційні ресурси, соціально-економічні чинники розвитку і т. д. Слід зазначити, що в кінці 90-х років минулого століття Україна і Болгарія мали практично рівні стартові умови переходу до ринкової моделі економіки. Туризм Болгарії, як і України, протягом 1970–1990 рр. був складовою частиною планово-адміністративної системи, потрапив у політико-ідеологічні програми впливу радянської позиції, проте інтеграційні процеси у межах блоку РЕВ сформували ринок туристичних

послуг та пріоритетів, не ізолювавши Болгарію від країн Заходу [5]. Туризм був важливим джерелом прибутку та водночас полем пропаганди, протистояння, спілкування, формування певних національних стереотипів. Починаючи з 1990 р. в Болгарії відбулися значні зміни в організації та географічній спрямованості міжнародного туризму.

У 2000-х роках країна визначила для себе туристичну сферу пріоритетною на державному рівні. Зокрема, протягом 2013–2015 рр. для розвитку туризму в Болгарії зроблено стратегічно важливі кроки: у 2013 р. прийнято Закон БР «Про туризм» [3], у 2014 р. створено Міністерство туризму [9], а також урядом Болгарії розроблено та затверджено Стратегію розвитку туризму до 2030 р. [13]. Згідно із Законом БР «Про туризм», прийнятим 26.03.2013, передбачено поділ Болгарії на туристичні райони. Із цієї метою групою Національного центру територіального розвитку Болгарії на замовлення Міністерства туризму було розроблено Концепцію туристичного районування (2015 р.) [6]. Питання обґрунтованого туристичного районування зумовлене необхідністю формування регіональних туристичних продуктів і регіонального маркетингу для більш ефективної роботи із залучення туристів з-за кордону. Зростаючі показники в'їзного туристичного потоку країни з 9,4 млн осіб у 2014 р. до 12,5 млн у 2019 р. дають змогу стверджувати, що даний досвід є ефективним та заслуговує на детальне вивчення з метою подальшого використання в практиці туристичного управління [10].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема туристичного районування територій у наукових дослідженнях із містобудування та з географії не нова й остаточно сформувалася у 80–90-ті роки ХХ ст. Вона була предметом вивчення в різних регіональних наукових школах, найбільш відомими з яких були: московська школа (Б. Ліханов, В. Преображенський, Ю. Веденін та ін.); київська школа (В. Зарецький, Т. Панченко, І. Родічкін, О. Мазуркевич, П. Шищенко та ін.); мінська школа (І. Руденко, Н. Єленська, Г. Потаєв та ін.), та досліджувалася в багатьох інших наукових та навчальних установах республік колишнього СРСР. Проте ринкові реалії сьогодення вносять корективи в радянську практику туристичного районування, і актуальним є дослідження сучасного досвіду пострадянської країни з туристичного районування.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення порядку формування туристичних районів, опис їх існуючого стану та узагальнення досвіду Болгарії з використання територіальних особливостей і специфіки різних частин країни для туристичної пізнаваності на міжнародному ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристичний поділ країни на регіони не був новим і для болгарських експертів у галузі туризму,

державних органів та місцевої влади, що займаються питаннями розвитку туризму. Потреба в поділі Болгарії на туристичні райони визнана майже усіма зацікавленими сторонами в секторі туризму [2, с. 85]. Це зумовлено загальним бажанням підвищення конкурентоспроможності туризму внаслідок проведення дієвої регіональної політики в даній галузі з максимальним урахуванням територіальних особливостей, а також запровадженням ефективного регіонального маркетингу з метою підвищення пізнаваності окремих районів потенційними туристами.

Перед Національним центром територіального розвитку, якому Міністерство туризму Болгарії делегувало повноваження проведення туристичного районування, постала низка завдань:

- розробити на основі аналізу та оцінки існуючих пропозицій карту туристичного районування Болгарії, яка повинна бути основою розвитку маркетингу туристичних послуг;

- провести консультації з усіма зацікавленими сторонами для максимальної відповідності запропонованої схеми районування території інтересам туризму Болгарії [6].

Теоретичний аналіз засвідчив існування декількох підходів до туристичного районування, у тому числі території Болгарії, а саме: ресурсний, галузевий, соціально-географічний [6, с. 16–18]. Для дослідження сучасного зарубіжного досвіду було вибрано такі країни, як Ірландія, Хорватія та Румунія.

1. Ірландія – одна з найменших країн Європи, схожа з Болгарією за площею та чисельністю населення, а також за основними показниками розвитку туризму. Країна представлена на міжнародному ринку сімома туристичними регіонами, які спочатку не були створені спеціально для туристичних цілей, але згодом стали важливими для національного та регіонального маркетингу туризму.

2. Хорватія – країна ЄС, що належить до малих балканських країн. Порівнюючи з Болгарією за розмірами та чисельністю населення, вона є одним з основних конкурентів на міжнародному туристичному ринку. Країна має давні традиції в розвитку туризму, з налагодженим туристичним маркетингом як на національному, так і на регіональному рівні. У 2010 р. в країні було створено та оформлено 10 туристичних зон для маркетингових цілей.

3. Румунія – значно більша за площею та населенням, але традиційно порівнюється з Болгарією за основними характеристиками політичного, економічного та соціального розвитку. Як і Болгарія, Румунія має великий природний та культурний туристичний потенціал, який здебільшого ще недостатньо використовувався. Однак на відміну від Болгарії Румунія останнім часом успішно зарекомендувала себе на міжнародному туристичному ринку зі своїми дев'ятьма регіонами.

Результати порівняльного аналізу туристичного потенціалу зазначених країн представлено в табл. 1.

Дані про «розмір» туристичних районів у досліджуваних країнах свідчать про те, що скрізь існують суттєві відмінності щодо основних кількісних показників, таких як площа, населення, кількість місць розміщення та фактичний рівень їх завантаження. Перевищення найбільшого з досліджуваних показників відносно найменшого коливається від 3 до 30 разів, у багатьох випадках туристичні райони з великою площею мають низьку частку в загальному обсязі туризму, і, навпаки, у районах із невеликою площею зосереджена значна частина туристичної інфраструктури.

У всіх розглянутих країнах були певні акценти в брендингу туристичних районів. Їх аналіз показує, що шукається не абсолютна «спеціалізація» (у розумінні поєднання туристичних продуктів), а унікальне представлення існуючої спеціалізації, навіть у тоді, коли вона схожа. Результати порівняння дають змогу узагальнити, що в зарубіжній практиці не існує універсального підходу до туристичного районування, але запропонована для Болгарії концепція вписується в існуючі предметні та кількісні рамки, встановлені під час вивчення зарубіжного досвіду.

Спираючись на досвід інших європейських країн, для визначення туристичних районів у Болгарії експерти розробили основні принципи, на які

вони спиралися під час виокремлення туристичних районів:

1. Територіальний – охоплення районів повинно відповідати реальному (включаючи існуючі організаційні структури) або потенційному розвитку туризму.

2. Атрактивний – наявність цікавих для туристів місць, пам'яток, які забезпечують глибину туристичної пропозиції та дають змогу сформувати конкурентоспроможну туристичну програму хоча б на кілька днів.

3. Туристична інфраструктура – регіони повинні володіти цілим комплексом туристичних послуг і відповідної інфраструктури для забезпечення потреб туристів і туристичних організацій.

4. Однорідність – відносна ідентичність природних і соціально-економічних умов, ресурсного потенціалу, складу туристського продукту.

5. Територіальна цілісність (компактність) – відсутність територіальної фрагментації території.

6. Толерантність – прагнення зберегти, наскільки це можливо, територіальну цілісність існуючих регіональних асоціацій та інших добровільних утворень між муніципалітетами.

У кожному територіальному туристичному районі, відповідно до Закону про туризм, повинна бути створена організація з управління туристичним районом (далі – ОУТР). Організації фінансуються за рахунок внесків учасників, фондів Європейського Союзу та надання платних послуг. Також

Таблиця 1

Основні параметри туризму та туристичного районування

	Ірландія	Хорватія	Румунія	Болгарія
Площа, тис кв. км	70	57	238	111
Населення, млн осіб	4,6	4,3	22	7,1
Надходження від туризму у структурі ВВП,%	9,0	27,8	5,1	3,1
Рівень зайнятості в туризмі,%	2,3	13,3	2,4	2,9
Кількість маркетингових туристичних районів	7	10	9	9
Основа для туристичного районування	NUTS 3 райони	Фізико-географічні особливості та основні туристичні центри	Історичні області	Туристичні центри
Частка найбільших туристичних районів (% від загального)				
Площа	20	27	22	23
Населення	28	27	29	23
Кількість ліжко-місць	33	27	30	37
Кількість ночівель	36	30	24	37
Частка найменших туристичних районів (% від загального)				
Площа	1	1	4	5
Населення	9	3	3	3
Кількість ліжко-місць	9	1	2	2
Кількість ночівель	7	1	2	2
Співвідношення найбільших та найменших районів				
Площа	20	27,0	5,5	4,9
Населення	3,1	9,0	9,7	7,2
Кількість ліжко-місць	3,7	27,0	15,0	20,2
Кількість ночівель	5,1	30,0	12,0	15,5

Джерело: складено за [6, с. 13; 6, с. 36]

можлива участь і Міністерства туризму в наданні всебічної підтримки щодо створення та функціонування ОУТР в терміни і порядку, встановленими розпорядженнями даного відомства. Допомога Міністерства туризму полягає у наданні інформації, проведенні тематичних зустрічей, допомозі у відкритті, у тому числі фінансуванні витрат на покупку меблів і обладнання, покритті витрат на участь у виставках. Штаб-квартири ОУТР розташовані в центрах туристичних регіонів, які вибиралися виходячи з таких критеріїв:

- центральне географічне положення і зручна транспортна доступність;
- можливість адміністративної взаємодії з місцевою владою;
- досить високий рівень розвитку туризму.

Перша подібна організація була створена 30.03.2017 в районі Родопи.

Болгарія має відносно широкий спектр природних і антропогенно-рекреаційних ресурсів, деякі з яких використовувалися протягом десятиліть, а інші були відкриті відносно недавно та мають значний потенціал для створення як традиційних, так і нових туристичних продуктів. Існують умови для розвитку майже всіх видів туризму в країні з широким спектром можливостей у кожній туристичній зоні.

Питання спеціалізації туристичних регіонів довгий час дискутувалися як представниками місцевої влади, так і експертами у сфері туризму з міністерств та відомств. У Болгарії було вирі-

шено виділити основну та розширену спеціалізацію, які закріплені в затвердженій Концепції. При цьому основна спеціалізація не є директивною нормою, а служить лише експертним орієнтиром для регіональної стратегії та відповідного позиціонування туристського продукту. Для підвищення дієвості зарубіжної реклами кожен регіон повинен мати свої символічне ім'я, логотип і рекламне повідомлення.

Експертами було виокремлено дев'ять туристичних районів, які представлено на рис. 1.

Згідно з Концепцією туристичного районування Болгарії [6, с. 28], кожний туристичний район має основну (базову) спеціалізацію. Основна спеціалізація характеризується поєднанням двох видів туризму, які в сукупності визначають унікальність саме даного регіону. Розширена включає основну і до трьох-чотирьох додаткових видів туризму (табл. 2).

Найменшим туристичним районом за площею є Долина Троянд, на неї припадає 6% території і 3% населення. Цей район, дивовижний за своєю красою і потенційним можливостям для розвитку туризму, нині генерує лише 2% доходу, отриманого Болгарією від туризму. Довгий час із приводу виділення цього району точилися дискусії, варто це робити чи ні, оскільки район відрізняється від середніх показників за розміром території і включений у район Тракія. Але через великий потенціал розвитку цього регіону як окремого перспективного напрямку було вирішено, що він заслу-



Рис. 1. Туристичні райони Болгарії

Джерело: складено за [6, с. 27]

говує на значно більшу увагу та цілеспрямований маркетинг. Трояндові поля привертають увагу все більшої кількості туристів, особливо з перспективних ринків Азії. Наприклад, Фестиваль троянд є найвідвідуванішою подією японськими гостями в Болгарії [19]. Також у Долині Троянд збереглися

в хорошому стані унікальні історичні пам'ятники стародавньої фракійської культури.

Наступні за величиною території – два регіони Чорноморського узбережжя. Північне Чорномор'я складається з 25 муніципалітетів, займає 9% площі, 11% населення проживає у цьому

Таблиця 2

Види туризму за основною спеціалізацією туристичних районів Болгарії

Найменування туристичних районів (центральне місто)	Основна (базова) спеціалізація	Розширена спеціалізація
1. Дунав (м. Русе)	Культурний і круїзний туризм	1. Культурно-історичний 2. Річковий 3. Пригодницький та екотуризм 4. Міський розважальний, шопінг-туризм 5. Гастротуризм 6. Релігійний та паломницький туризм
2. Стара Планина (м. Велико Тирново)	Гірський і екотуризм	1. Гірський пішохідний туризм 2. Культурно-історичний, фестивальний, творчий 3. Пригодницький та екотуризм 4. Сільський туризм 5. Релігійний та паломницький туризм 6. Гірський лижний туризм
3. Долина Троянд (м. Казанлик)	Оздоровчий і культурний туризм	1. Бальнео, спа- та велнес-туризм 2. Культурно-історичний та фестивальний туризм 3. Пригодницький та екотуризм 4. Гірський пішохідний та рекреаційний туризм 5. Винний туризм
4. Тракія (м. Пловдив)	Культурний і винний туризм	1. Культурний туризм 2. Винний туризм 3. Діловий (MICE) туризм 4. Міський розважальний, шопінг-туризм 5. Оздоровчий туризм 6. Пригодницький та екотуризм
5. Родопи (м. Смолян)	Гірський і сільський туризм	1. Гірський (пішохідний, лижний та інші види) 2. Сільський туризм 3. Бальнео, спа- та велнес-туризм 4. Пригодницький та екотуризм 5. Культурно-історичний та фестивальний туризм 6. Релігійний та паломницький туризм
6. Ріла-Пирин (м. Благоевград)	Гірський і релігійний туризм	1. Гірський (пішохідний, лижний та інші види) 2. Релігійний та паломницький туризм 3. Пригодницький та екотуризм 4. Бальнео, спа- та велнес-туризм 5. Культурно-історичний та фестивальний туризм 6. Винний туризм
7. Софійський (м. Софія)	Діловий і культурний туризм	1. Діловий (MICE) туризм 2. Культурний туризм (усіх видів) 3. Гірський туризм (усіх видів) 4. Оздоровчий туризм (усіх видів) 5. Релігійний та паломницький туризм 6. Пригодницький та екотуризм
8. Варненське Чорномор'я (м. Варна)	Морський та спортивний туризм	1. Морський рекреаційний туризм 2. Спортивний туризм 3. Культурно-історичний та фестивальний туризм 4. Діловий (MICE) туризм 5. Оздоровчий туризм (усіх видів) 6. Екотуризм
9. Бургаське Чорномор'я (м. Бургас)	Морський і культурний туризм	1. Морський рекреаційний туризм 2. Культурний туризм (усі види) 3. Пригодницький та екотуризм 4. Оздоровчий (усіх видів) 5. Сільський туризм 6. Релігійний та паломницький туризм

Джерело: складено за [6, с. 31]

районі. У найменшому районі за кількістю муніципалітетів, Південному Чорномор'ї, дані показники становлять 7% і 6% відповідно. Із погляду туризму це найбільш сильні райони, на яких припадає 29% (Північне Чорномор'я) і 37% (Південне Чорномор'я) від доходу даного сектору. Значні валютні надходження від туризму стали однією з головних причин поділу Чорноморського узбережжя Болгарії на два окремих райони, незважаючи на спільність основної спеціалізації.

Найбільший район на туристичній мапі Болгарії, який складається із 67 муніципалітетів, – Дунав. Основна спеціалізація даного району – культурний і круїзний туризм. Його центром є місто Русе, інші регіональні міста в ньому – Відін, Плевен, Разград, Тирговіште та Сілістра. Незважаючи на велику територію, для Дунаву характерні найнижчий відсоток ночівель і всього 2% від загального туристичного доходу. Для збільшення доходу від туристичної діяльності у цьому районі необхідно зосередити зусилля на розвитку культурного та історичного туризму, пригодницького та екотуризму.

Область Стара Планина складається з 32 громад. Основними видами туризму цього регіону є гірський та культурний туризм. Інші види туризму, які планують розвивати в регіоні, – рекреаційний, культурно-історичний, сільський, релігійний та паломницький.

Місто Пловдив є центром однієї з найбільших туристичних зон – Тракії. Дана зона займає друге місце за кількістю муніципалітетів, яких 35, за територією і населенням, а також знаходиться на передостанньому місці по ліжко-місцях, ночівлях і парафіях від туризму. До цього регіону входять такі великі міста, як Пазарджик, Пловдив, Хасково, Стара Загора і Ямбол. Акцент зроблений на культурний і винний туризм. Розширена спеціалізація включає всі види ділового туризму, міські розваги і торговий туризм, оздоровчий, пригодницький та екотуризм.

Гірський та сільський туризм розвинений у найпівденішому туристичному регіоні – Родоп. Його розширена спеціалізація включає також сільський, курортний, оздоровчий, пригодницький та екотуризм. Регіональні міста – Смолян і Кирджалі. Перший є центром регіону. Туристичний район Родопи складається з 27 громад і п'яти адміністративних областей. Він є четвертим за розміром території та кількістю ліжко-місць і ночівель. Сьогодні цей туристичний район активно розвивається. Перша організація з управління туристичним районом (ОУТР) була відкрита саме в районі Родопи, а активна реклама й амбіції місцевої адміністрації дають підстави вважати, що незабаром дохід від туризму, який зараз становить 5% від загального доходу сектора туризму та подорожей у країні, збільшиться.

Незважаючи на те що регіон Ріла-Пирин знаходиться на передостанньому місці серед усіх регіонів за чисельністю населення, проте займає третє місце за кількістю номерного фонду і ділить третє місце з Софією за кількістю ночей, проведених туристами в регіоні. Центром регіону є місто Благоевград, загальна кількість муніципалітетів – 23. Гірський та релігійний туризм є основною спеціалізацією регіону, а в розширеній спеціалізації – релігійний і паломницький туризм; пригодницький та екотуризм; курортний і оздоровчий туризм; культурно-історичний та фестивальний туризм. Одним із найпопулярніших міст даного регіону є місто Банско. Невелике курортне містечко розташовалося біля підніжжя одного з найкрасивіших болгарських гірських масивів – Пирин. Національний парк «Пирин» із його скарбами із чудових озер та стрімких річок, печер та водоспадів, багаторічних дерев та рідкісних рослин включено до Списку ООН національних парків і заповідників, які мають всесвітню цінність. Сьогодні Банско – гірськолижний курорт міжнародного значення: тут проводять чемпіонати світу з лижного бігу, кубки світу з альпійських дисциплін. Незважаючи на високий рівень оснащення і прекрасні умови для катання в цьому регіоні, Банско – найбюджетніший гірськолижний курорт в ЄС.

Діловий та культурний туризм є основними видами туризму в регіоні Софії, в який входять столиця та регіональні міста Перник і Кюстенділ. Це регіон із найбільшим населенням, а по доходах від туризму він займає третє місце після двох чорноморських регіонів. У Софії розташоване стільки ж муніципалітетів, що і в районі Ріла-Пирин, – 23. Очевидно, що деякі туристичні райони Болгарії досить сильно виділяються за загальними показниками, що викликано нерівномірністю туристичного розвитку і територіальними особливостями [1, с. 22–23; 6].

Висновки з проведеного дослідження. Туризм Болгарії є галуззю з провідними позиціями в національній економіці, яка забезпечує майже 14% ВВП. Із метою ефективного розвитку туристичної індустрії країни Міністерством туризму Болгарської Республіки було затверджено Концепцію туристичного районування. Згідно з прийнятою Концепцією, виокремлено дев'ять туристичних районів: Дунав, Стара Планина, Долина Троянд, Тракія, Родопи, Ріла-Пирин, Софійський, Варнське та Бургаське Чорномор'я, в яких існують умови для формування конкретної комбінації туристичних продуктів завдяки поєднанню соціально-економічних, культурних та природних умов для туризму. При цьому район може бути як об'єктом власного маркетингу і реклами, так і об'єктом цільового управління з боку конкретних туристичних організацій та муніципалітетів, які контролюються державою. Таким чином, у Болга-

рії акцент робиться саме на синергізм національного і регіонального рівнів із метою підвищення ефективності маркетингу та найкращого позиціонування на міжнародному ринку туристичних послуг як країни у цілому, так і всіх її регіонів. Основні вигоди від створення туристичних зон і керуючих організацій знайшли відображення в об'єднанні всіх туристичних ресурсів і максимально можливих дій із метою створення національного, різноманітного і конкурентоспроможного туристичного продукту завдяки їх взаємодії; а також у регіоналізації національного туристичного маркетингу Болгарії для підвищення дієвості туристичного потенціалу країни у цілому та окремих туристичних регіонів зі специфічними можливостями для різних видів туризму.

Теоретичні та методичні положення туристичного районування є перспективним напрямом подальших наукових досліджень. Даний досвід буде особливо цікавим Україні, яка не має визначених на державному рівні туристичних регіонів. Отже, туристичне районування країни дасть змогу краще врахувати очікування, вимоги та інтереси різних сегментів туристичного ринку, підвищить ефективність їх взаємодії з метою максимально можливого розвитку регіональних ринків, особливо віддалених. Їм можна буде надати державну підтримку у вигляді методологічного, матеріально-технічного і фінансового сприяння, у тому числі на проведення регіональних рекламних кампаній. Усі ці зусилля будуть спрямовані на максимальне просування країни на ринку міжнародних туристичних послуг як перспективного цілорічного напрямку відпочинку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Горбунова О.В., Михайлин А.Н. Роль и принципы туристического районирования в Болгарии. *Управление*. 2018. № 2(20). С. 19–25.
2. Горбунова О.В. Современное состояние туристического сектора в Болгарии. *Вестник университета*. 2018. № 4. С. 84–90.
3. Закон Болгарії «Про туризм» від 26.03.2013. URL : <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/zakoni/zakon-za-turizma> (дата звернення: 07.04.2020).
4. Іванько О.О. Сучасні тенденції розвитку туристичної галузі країн Причорномор'я. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Державне управління»*. 2018. № 4. Т. 29(68). С. 7–11.
5. Каковкіна О.М. Особливості розвитку міжнародного туризму у Болгарії у 1970-х на початку 1990-х років. *Гуманітарний журнал*. 2015. № 1–2. С. 149–157.
6. Концепція туристичного районування Болгарії. URL : <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/konceptia.pdf> (дата звернення: 07.04.2020).
7. Курилова Е.В., Танчев Ж.Д. Тенденции, проблемы и перспективы развития въездного туризма в Болгарии. *Управленец*. 2016. № 3(61). С. 72–76.

8. Нешков М. Продление туристического сезона – стратегический шанс для болгарского туризма. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 4(68). С. 204–211.

9. Офіційний сайт Міністерства туризму Болгарії. URL : <http://www.tourism.government.bg/en/pages/about-us> (дата звернення: 07.04.2020).

10. Офіційний сайт Національного статистичного інституту Болгарії. URL : <https://www.nsi.bg/> (дата звернення: 07.04.2020).

11. Парфіненко А.Ю., Дубова Д.А. Перспективи розвитку міжнародного туризму в Чорноморському регіоні. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2018. Вип. 7. С. 136–141.

12. Патійчук В., Філон О. Основні проблеми розвитку туристичного комплексу Болгарії. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. № 3(376). С. 113–121.

13. Стратегія сталого розвитку туризму Болгарії 2014–2030. URL : <http://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=902> (дата звернення: 19.03.2020).

REFERENCES:

1. Horbunova O.V., Mykhailyn A.N. (2018) Rol y pryntsyipy turystycheskoho raionirovaniya v Bolharyi [Role and Principles of tourism zoning in Bulgaria]. *Upravlenye*, vol. 2(20), pp. 19-25.
2. Horbunova O.V. (2018) Sovremennoe sostoianye turystycheskoho sektora v Bolharyi [Current state of tourism sector in Bulgaria]. *Vestnyk unyversyteta*, vol. 4., pp. 84-90.
3. Law of Bulgaria «About Tourism» of 26.03.2013. Available at: <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/zakoni/zakon-za-turizma> (accessed 04 April 2020).
4. Ivanko O.O. (2018) Suchasni tendentsii rozvytku turystychnoi haluzi krain Prychornomoria [Modern tendencies of tourism development in the countries of Black Sea region]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriya «Derzhavne upravlinnia»*, vol. 4, no. 29 (68), pp. 7-11.
5. Kakovkina O.M. (2015) Osoblyvosti rozvytku mizhnarodnoho turyzmu u Bolharii u 1970-kh na poch. 1990-kh rokiv [Development features of the international tourism in Bulgaria in 1970-1990]. *Humanitarnyi zhurnal*, vol.1-2, pp.149-157.
6. Concept of Bulgaria tourist zoning. Available at: <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/konceptia.pdf> (accessed 04 April 2020).
7. Kurylova E.V., Tanchev Zh.D. (2016) Tendentsyy, problemy u perspektivy razvytyia vyezdnoho turyzma v Bolharyi [Tendencies, problems and perspectives of inbound tourism development]. *Upravlenets*, vol. 3 (61), pp.72-76.
8. Neshkov M. (2018) Prodlenye turystycheskoho sezona – stratehicheskyi shans dlia bolharskoho turyzma [Extension of the tourist season – a strategic chance for Bulgarian tourism]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, vol. 4 (68), pp. 204-211.
9. Official site of the Ministry of Tourism of Bulgaria. Available at: <http://www.tourism.government.bg/en/pages/about-us> (accessed 04 April 2020)

10. Official site of National Statistical Institute of Bulgaria. Available at: <https://www.nsi.bg/> (accessed 04 April 2020).

11. Parfinenko A.Yu., Dubova D.A. (2018) Perspektyvy rozvytku mizhnarodnoho turizmu v Chornomorskomu rehioni [Prospects for the development of international tourism in the Black Sea region]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina*, vol. 7, pp. 136-141.

12. Patiichuk V., Filon O. (2018) Osnovni problemy rozvytku turystychnoho kompleksu Bolharii [The main problems of tourist complex development in Bulgaria]. *Naukovyi visnyk Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, vol. 3(376), pp. 113-121.

13. Strategy of Sustainable Tourism Development in Bulgaria, 2014-2030. Available at: <http://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=902> (accessed 04 April 2020).