

## **БЪЛГАРСКИЯТ ТУРИЗЪМ В УСЛОВИЯТА НА КОВИД-19 И СЛЕД НЕГО**

**Иван Бонев**

*Професионална гимназия по туризъм „Иван П. Павлов“ – Русе*

**Резюме.** В текста се описва същността на туризма. Разглеждат се статистическите проучвания за развитие на туризма, неговата дигитализация и промените, които настъпват с цел приспособяване към новите условия. Представят се статистически данни, свързани с броя на туристите, посетили България в периода януари 2022 – юни 2022 г. Разгледани са посещенията на България като туристическа дестинация спрямо посещенията на туристите от други държави. Разгледан е и броят на българските туристи, посетили други държави.

**Ключови думи:** туризъм; резервация; туристически; пътуване; статистика; какво ново

*„... туристите, както е известно, не гледат, а фотографират.“*

**Кармен Мартин Гайте**

### **1. Същност на туризма**

В условията на световна пандемия туризмът се върна 30 години назад до нивото на 1990 г. До момента загубите за световната туристическа индустрия се изчисляват на повече от 1000 милиарда евро. Според оценки на Световната организация по туризъм приходите в хотелиерството, ресторантьорството, туроператорската дейност и международните превози са редуцирани с около 85%. За държави като Гърция, Кипър и Хърватия, където туризмът е над 20% от БВП, икономическите щети са повече от значителни. Немалък удар върху икономиката понесоха и държави като Италия, Словения и България, където отрасълът формира около 12 – 13% от БВП.

Сектор „Туризъм“ се налага спешно да бъде включен в Плана за възстановяване и устойчивост на България. Като стратегически отрасъл за българската икономика, туризмът е добре да бъде подпомогнат с отделни, нарочни мерки от държавата. След масовото ваксиниране срещу

КОВИД-19 секторът постепенно би трябвало да се съвземе и да увеличи своя принос към икономическия растеж и заетостта. За целта е жизнено необходимо възстановяване и ускорено развитие на транспортните коридори, по-интелигентно управление на туристическите потоци и разнообразие на предлаганите туристически пакети, съобразени с очакваните промени в потребителското поведение.

Изискванията за настаняване са вече различни<sup>1</sup> – с оглед на безопасността, туристите по всяка вероятност първоначално ще избягват големите обекти и ще предпочетат да наемат апартаменти и семейни къщи с цел уединение. Същите вече няма да са интересни само за гости с по-ограничен бюджет, но ще се търсят и от такива с много по-добри финансови възможности. За това ще допринесе и фактът, че много хора имат възможност да работят дистанционно, което ще доведе до наемане на обектите за по-дълъг период. Това предполага необходимост от бързи комуникации и интернет, което за България е предимство в сравнение с „екзотични“ дестинации и даже с някои наши съседи. Добрият интернет навсякъде в страната е задължително условие за по-устойчив туристически модел, ако искаме да сме предпочитани пред Турция, Гърция и Хърватия, които са наши директни конкуренти по отношение най-вече на летния туризъм. България може да бъде и напълно конкурентна по отношение на лечебния, еко- и спатуризма, което ще ни позволи, в условията на работа от дистанция да се превърнем в целогодишна дестинация и предпочитан начин за почивка, съчетана с лечение, без да се изоставят служебните ангажименти.

Коронавирусът променя много дейности и сектори, но едва ли другаде те са толкова ускорени, видими и преки, колкото в туристическата индустрия. Много неща няма да са като преди в пътуванията – поне за известно време, а може би и за дълго.

## **2. Развитие на туристическия сектор**

От една страна, значителни промени ще има в търсенето: масовите дестинации ще се избягват, конферентният и конгресният туризъм ще са на дъното си, бизнес пътуванията може никога да не възстановят обема си, мегапроявите няма да са атрактивни за пътуващите, сватбените дестинации ще пустеят. Засега не е ясно дали епидемията ще успее да разбие трайно хегемонията на масовия туризъм и да промени модела в световен мащаб. Със сигурност обаче поне в близките две години бутикови, устойчиви и алтернативни продукти и дестинации ще се радват на небивало търсене, заниманията на открито ще са хит, а вътрешният туризъм ще процъфтява.

Но туристическият бизнес ще трябва да се адаптира към новата реалност в инфраструктурата на пътуванията: много хигиена, здравни протоколи, персонализиран транспорт, повече онлайн и безконтактни услуги и т.н.

Затваряне на границите, затягане на правилата за пътувания, изисквания за тестове, страхове от налагане на карантина – това се оказа новата картина за сектора. Пандемията подложи на безпрецедентен натиск туристическата индустрия както по света, така и в България. Заразата от коронавирус се превърна в истинска катастрофа за туризма и стана най-големият враг на бизнеса с туристически пътувания в цял свят.

Секторът на туризма в България беше сред най-засегнатите от коронавирусната пандемия у нас. Още в ранна пролет държавите в европейската общност се затвориха, пътуванията, включително с цел туризъм, бяха напълно блокирани, а плановите на туристите – тотално объркани. В България в месеците на блокадите – април, май, юни, сривът при нощувките беше съизмерим. Известна активност записаха месеците август и септември, когато в условията на нестихващо разрастване на заразата българският туризъм регистрира сравнително добра посещаемост на туристическите пътувания до страната ни. През лятото вътрешният туризъм се оказа спасителен пояс за българската туристическа индустрия, макар и недостатъчен, за да компенсира сривовете.

Заради ограниченията за пътуване в чужбина масово превърналата се в традиционна лятна дестинация за много българи – Гърция, беше заменена с родното Черноморие. Раздвижването на сектора през лятото изцяло се дължеше на вътрешния туризъм и активността на българите, които бяха възпрепятствани да пътуват в Гърция и Турция. В хватката на пандемията българските туристи преоткриха някои персонализирани туристически модели – самостоятелните къщи за гости се оказаха недостатъчни за нарасналото търсене, докато големите хотелски комплекси останаха празни. На практика, моделът на масовия туризъм, базиран на големи групи нискобюджетни туристи, настанявани в големите черноморски комплекси, се оказа неработещ. На фона на празните хотели по морето процъфтя бизнесът на къщите за гости, малките семейни хотели и апартхотелите. Пандемията доказва, че семейният туризъм е устойчив – базиран на къщи за гости, малки семейни хотели. В същото време, големият индустриален туризъм, свързан с презастрояване и липса на достатъчно източници на хранене, доказва своята неустойчивост. Това е и бъдещето – семейните хотели, къщите за гости, съхранените български традиции с добра храна и хубаво вино.

Тенденцията е валидна и за сферата на туроператорската дейност, където пандемията също показва, че масовият туризъм започва да отстъпва на малките туристически групи и индивидуалния семеен туризъм. Заради националните блокади, затварянето на граници и налагането на карантини българските турагенти не успяха да реализират ваканциите на големите групи чужденци, които обичайно почиват в големите хотелски комплекси

по българското Черноморие. В резултат те останаха пусти, а туристите по родното Черноморие бяха само българи.

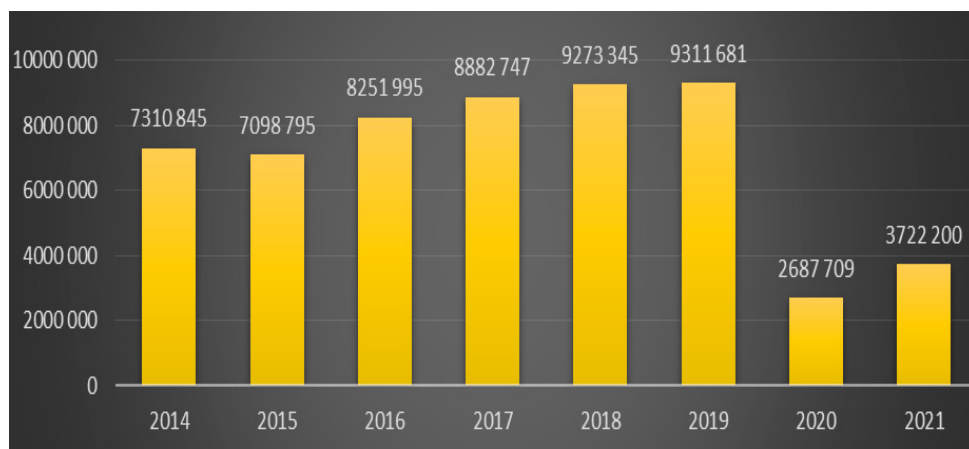
Глобалната епидемия ще ускори тенденцията към бягане от масовия туризъм, ще останат традиционните семейни почивки. Туроператорите трябва да се пренасочат към организирани индивидуални пътувания до 10 човека, както и към по-специализиран туризъм – велотуризм, конен туризъм, извеждащи туристите извън големите градове. Туризмът в малки групи сред природата се реализира успешно и през тази година. Очакванията са този вид туризъм първи да си пробие път след пандемията.

### 3. Туризм по време на COVID-19

Благодарение на бързата адаптация на туристическия бранш секторът бе лежи отново ръст в международния туризъм през 2021 г. Увеличението на общия брой туристически посещения на чужденци през 2021 г. спрямо 2020 г. е 38,5%.

#### *Входящ туризъм*

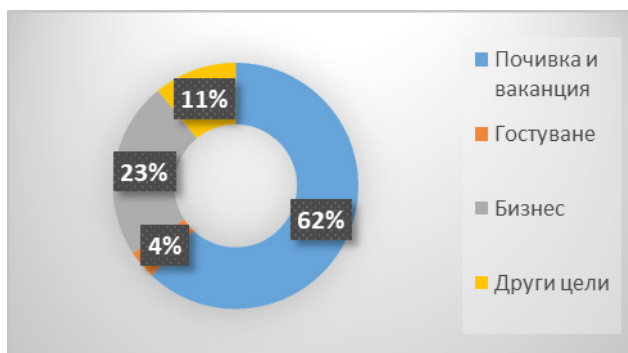
През 2021 г. общият брой туристически посещения на чужденци без транзит в България е 3 722 200, а пренощувалите в места за настаняване чуждестранни туристи са над 1,9 млн.



Източник: НСИ

**Фигура 1.** Туристически посещения на чужденци в България (брой)

Увеличение има при посещенията с цел почивка и ваканция, като са реализирани 2 306 819 посещения и ръст от 69%. Посещенията с цел гостуване са 143 095. Посещенията с цел бизнес туризъм са 866 377, като те се увеличават с 18,4%. Посещенията с други туристически цели са 405 909.



Източник: НСИ

**Фигура 2.** Структура на туристическите посещения на чужденци през 2021 г. в %

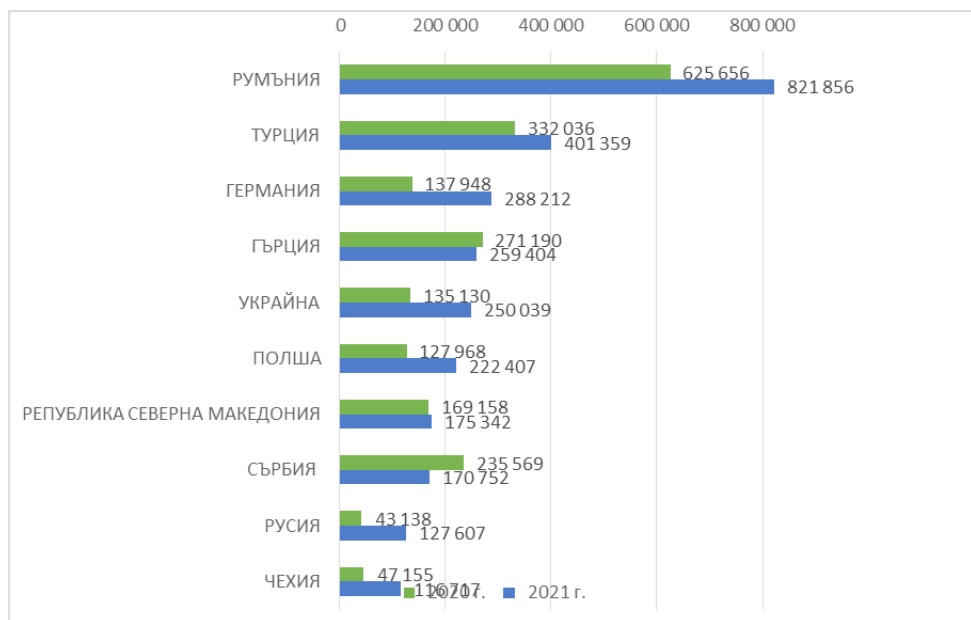
**Таблица 1.** Туристически посещения на чужденци в България 2021 г.

| №           | Държава                     | Брой             | Промяна (%) спрямо 2020 г. |
|-------------|-----------------------------|------------------|----------------------------|
| <b>Общо</b> |                             | <b>3 722 200</b> | <b>38,5</b>                |
| 1           | Румъния                     | 821 856          | 31,4                       |
| 2           | Турция                      | 401 359          | 20,9                       |
| 3           | Германия                    | 288 212          | 108,9                      |
| 4           | Гърция                      | 259 404          | -4,3                       |
| 5           | Украйна                     | 250 039          | 85,0                       |
| 6           | Полша                       | 222 407          | 73,8                       |
| 7           | Република Северна Македония | 175 342          | 3,7                        |
| 8           | Сърбия                      | 170 752          | -27,5                      |
| 9           | Русия                       | 127 607          | 195,8                      |
| 10          | Чехия                       | 116 717          | 147,5                      |
| 11          | Франция                     | 88 266           | 152,7                      |
| 12          | Молдова                     | 84 291           | 137,6                      |
| 13          | Италия                      | 55 725           | 38,9                       |
| 14          | Обединено кралство          | 54 989           | -39,3                      |

|    |                     |        |       |
|----|---------------------|--------|-------|
| 15 | Нидерландия         | 53 970 | 109,8 |
| 16 | Израел              | 53 192 | -0,8  |
| 17 | САЩ                 | 50 809 | 93,3  |
| 18 | Белгия              | 48 030 | 149,1 |
| 19 | Австрия             | 41 537 | 86,3  |
| 20 | Унгария             | 30 597 | 31,6  |
| 21 | Словакия            | 26 085 | 277,2 |
| 22 | Испания             | 24 906 | 75,1  |
| 23 | Албания             | 23 280 | 48,6  |
| 24 | Дания               | 19 367 | 280,9 |
| 25 | Литва               | 16 278 | 203,4 |
| 26 | Босна и Херцеговина | 14 616 | 41,7  |
| 27 | Швеция              | 13 318 | 128,2 |
| 28 | Швейцария           | 11 949 | 69,4  |
| 29 | Естония             | 11 342 | 592,9 |
| 30 | Иран                | 11 071 | 98,5  |
| 31 | Хърватия            | 11 066 | 54,2  |
| 32 | Беларус             | 10 997 | 34,6  |
| 33 | Латвия              | 9 341  | 156,1 |
| 34 | Ирландия            | 7 917  | 0,5   |
| 35 | Португалия          | 7 671  | 103,7 |
| 36 | Филипините          | 7 063  | 13,9  |
| 37 | Грузия              | 6 807  | -2,0  |
| 38 | Кипър               | 6 316  | 39,1  |
| 39 | Сирия               | 5 110  | 19,5  |
| 40 | Индия               | 5 032  | -3,5  |
| 41 | Словения            | 4 763  | 78,5  |
| 42 | Канада              | 4 705  | 86,0  |

|    |             |       |       |
|----|-------------|-------|-------|
| 43 | Норвегия    | 4 419 | 148,8 |
| 44 | Финландия   | 4 201 | 99,6  |
| 45 | Черна гора  | 3 491 | 3,1   |
| 46 | Казахстан   | 3 071 | 112,5 |
| 47 | Китай       | 2 546 | -14,4 |
| 48 | Египет      | 2 360 | 35,1  |
| 49 | Азербайджан | 2 350 | 39,7  |
| 50 | Люксембург  | 2 225 | 153,4 |

Източник: НСИ



Източник: НСИ

**Фигура 3.** Туристически посещения на чужденци, пазари топ 10 (брой)

**а) Европейски съюз**

През 2021 г. страните от Европейския съюз продължават да са важен генериращ пазар за международен туризъм на България с общ обем от 2 193 176 туристически посещения (ръст от 51,4%).

**Таблица 2.** Туристически посещения на чужденци от държавите от Европейския съюз в България за 2021 г.

| №  | Държава     | Брой             | Промяна в (%) спрямо 2020 г. |
|----|-------------|------------------|------------------------------|
|    | <b>ЕС</b>   | <b>2 193 176</b> | <b>51,4</b>                  |
| 1  | Румъния     | 821 856          | 31,4                         |
| 2  | Германия    | 288 212          | 108,9                        |
| 3  | Гърция      | 259 404          | -4,3                         |
| 4  | Полша       | 222 407          | 73,8                         |
| 5  | Чехия       | 116 717          | 147,5                        |
| 6  | Франция     | 88 266           | 152,7                        |
| 7  | Италия      | 55 725           | 38,9                         |
| 8  | Нидерландия | 53 970           | 109,8                        |
| 9  | Белгия      | 48 030           | 149,1                        |
| 10 | Австрия     | 41 537           | 86,3                         |
| 11 | Унгария     | 30 597           | 31,6                         |
| 12 | Словакия    | 26 085           | 277,2                        |
| 13 | Испания     | 24 906           | 75,1                         |
| 14 | Дания       | 19 367           | 280,9                        |
| 15 | Литва       | 16 278           | 203,4                        |
| 16 | Швеция      | 13 318           | 128,2                        |
| 17 | Естония     | 11 342           | 592,9                        |
| 18 | Хърватия    | 11 066           | 54,2                         |
| 19 | Латвия      | 9 341            | 156,1                        |
| 20 | Ирландия    | 7 917            | 0,5                          |
| 21 | Португалия  | 7 671            | 103,7                        |
| 22 | Кипър       | 6 316            | 39,1                         |
| 23 | Словения    | 4 763            | 78,5                         |
| 24 | Финландия   | 4 201            | 99,6                         |
| 25 | Люксембург  | 2 225            | 153,4                        |
| 26 | Малта       | 1 659            | 63,4                         |

Източник: НСИ

**б) Приходи от входящ туризъм**

За периода януари – ноември 2021 г. приходите от входящ туризъм възлизат на над 3,7 млрд. лв., като ръстът спрямо същия период на 2020 г. е 48,2%.

**в) Туристически пътувания на български граждани в чужбина**

През 2021 г. българските граждани са реализирали общо 5 182 042 пътувания в чужбина, но изследването по дестинации за повечето месеци е прекратено.

**4. Очаквани промени след пандемията**

Някой от тях са:

– Безконтактни разплащания – COVID-19 се оказа катализатор за навлизането още повече на иновациите и новите технологии в пътуванията и туризма, тъй като безконтактните технологии са основна предпоставка за безопасно и безпроблемно пътуване. Редом с още по-голямото разпространение на безконтактните плащания, тенденцията включва също безконтактно сканиране на документи, гласови команди, сензори за движение, онлайн билети, включително за атракции.

– Все по-голямо използване на личен транспорт, тъй като големите автобуси за трансфери на пътници от летища към хотели и от атракция на атракция определено не са добро решение за идната година и повече. За безопасността на туристите ще се изискват по-персонализирани транспортни решения от операторите и трансфери от врата до врата.

– Заради пандемията туристите, които все пак искат да пътуват в чужбина, по-често избират по-близки дестинации. Едната причина е несигурността около карантините и непрекъснатата промяна в граничните правила, която пречи на планирането. Друга причина е повишеният риск при по-дълги полети. Тази тенденция се очаква да продължи и поне следващата година.

– В ерата на социалното дистанциране природните паузи стават все по-привлекателни. Милиони хора по света тази година обърна поглед към природните атракции, като лагерите и къмпингите на открито, туристическите пътеки, приключенските спортове, националните паркове и плажове, и им дадоха предимство пред хотелите, ресторантите, басейните.

– Като цяло, туризмът се смята за един от най-бързо развиващите се отрасли. В много региони по света той е източник на средства за местното население и инвестиции за региона. Този сектор винаги е в непрекъснат растеж, което показва неговата сила и развитостта му.

**5. Развитие на туризма след COVID-19**

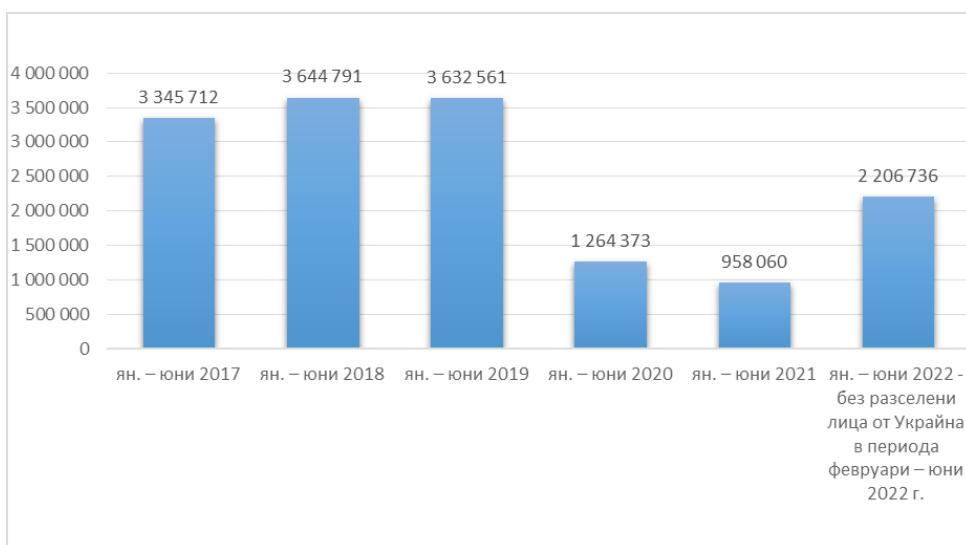
Броят на туристите през този летен сезон бележи ръст от 20% спрямо година по-рано. Въпреки това те остават с една четвърт по-малко спрямо

пиковата 2019 г., която беше последната преди пандемията от коронавирус.

В периода от 1 юни до 25 юли 2022 година общият брой на регистрираните туристи с местата за настаняване надхвърля 1,8 милиона. Вътрешният пазар остава водещ с малко над 990 хиляди направени резервации. Изходящият туризъм бележи ръст, като 3,5 милиона български туристи са избрали съседните на България туристически курорти.

## 6. Статистически данни за международен туризъм през 2022 г.

### а) Входящ туризъм



Източник: НСИ

**Фигура 4.** Туристически посещения на чужденци (без транзит) в България през периода януари – юни (брой)

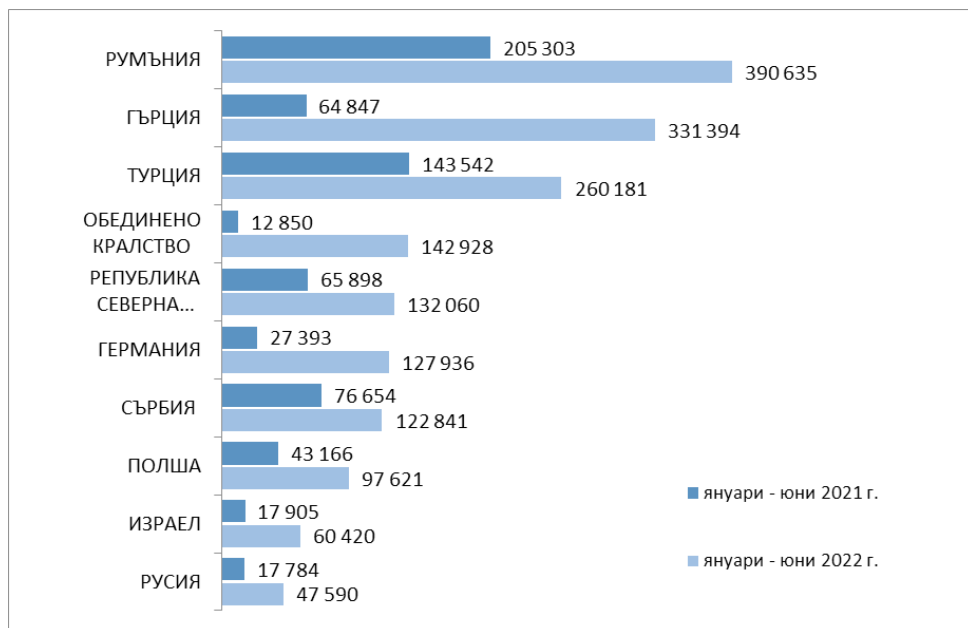
**Таблица 3.** Туристически посещения на чужденци (без транзит) в България през периода януари – юни 2022 г. – избрани пазари

| №                                                                                                     | Държава | Брой      | Промяна (%) спрямо периода януари – юни 2021 г. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------|-------------------------------------------------|
| Общо за периода януари – юни 2022 г. – без разселени лица от Украйна в периода февруари – юни 2022 г. |         | 2 206 736 | 130,3                                           |
| 1                                                                                                     | Румъния | 390 635   | 90,3                                            |

|    |                             |         |        |
|----|-----------------------------|---------|--------|
| 2  | Гърция                      | 331 394 | 411,0  |
| 3  | Турция                      | 260 181 | 81,3   |
| 4  | Украйна                     | -       | -      |
| 5  | Обединено кралство          | 142 928 | 1012,3 |
| 6  | Република Северна Македония | 132 060 | 100,4  |
| 7  | Германия                    | 127 936 | 367,0  |
| 8  | Сърбия                      | 122 841 | 60,3   |
| 9  | Полша                       | 97 621  | 126,2  |
| 10 | Израел                      | 60 420  | 237,4  |
| 11 | Русия                       | 47 590  | 167,6  |
| 12 | Италия                      | 42 796  | 245,2  |
| 13 | Молдова                     | 39 546  | 70,7   |
| 14 | Чехия                       | 34 757  | 92,1   |
| 15 | САЩ                         | 32 667  | 90,4   |
| 16 | Франция                     | 32 105  | 131,0  |
| 17 | Австрия                     | 23 652  | 277,5  |
| 18 | Нидерландия                 | 22 088  | 264,2  |
| 19 | Испания                     | 21 154  | 278,6  |
| 20 | Белгия                      | 19 001  | 263,3  |
| 21 | Ирландия                    | 15 714  | 989,7  |
| 22 | Унгария                     | 14 638  | 220,2  |
| 23 | Словакия                    | 10 517  | 236,0  |
| 24 | Албания                     | 10 023  | -17,6  |
| 25 | Норвегия                    | 8 746   | 1184,3 |
| 26 | Швеция                      | 8 662   | 276,0  |
| 27 | Хърватия                    | 8 506   | 120,7  |
| 28 | Литва                       | 8 359   | 164,6  |
| 29 | Дания                       | 8 197   | 249,7  |
| 30 | Босна и Херцеговина         | 7 812   | 24,0   |
| 31 | Швейцария                   | 6 444   | 161,5  |
| 32 | Кипър                       | 6 075   | 400,0  |
| 33 | Иран                        | 5 485   | 21,2   |
| 34 | Грузия                      | 5 363   | 69,5   |
| 35 | Латвия                      | 5 228   | 122,8  |
| 36 | Португалия                  | 5 099   | 155,5  |
| 37 | Филипините                  | 4 891   | 74,9   |

|    |             |       |       |
|----|-------------|-------|-------|
| 38 | Канада      | 4 655 | 417,8 |
| 39 | Индия       | 4 332 | 118,7 |
| 40 | Естония     | 4 173 | 45,2  |
| 41 | Беларус     | 3 808 | -8,1  |
| 42 | Финландия   | 3 354 | 307,0 |
| 43 | Словения    | 3 220 | 114,1 |
| 44 | Сирия       | 2 529 | 18,5  |
| 45 | Австралия   | 2 426 | 589,2 |
| 46 | Китай       | 2 245 | 197,7 |
| 47 | Черна гора  | 2 194 | 32,7  |
| 48 | Азербайджан | 2 171 | 145,6 |
| 49 | Казахстан   | 2 009 | 198,5 |
| 50 | Бразилия    | 1 997 | 465,7 |

Източник: НСИ



Източник: НСИ

**Фигура 5.** Туристически посещения на чужденци, избрани пазари

**б) Приходи от входящ туризъм**

Приходи от входящ туризъм, период януари – май 2022 г. – над 686 млн. евро и ръст около 89%.

**в) Туристически пътувания на български граждани в чужбина**

За периода януари – юни 2022 г. българските граждани са реализирали общо 3 426 563 пътувания в чужбина. Данните за април, май и юни са представени в табличен вид.

**Таблица 4.** Туристически пътувания на българи в чужбина

|                             | април 2022     | май 2022       | юни 2022            |
|-----------------------------|----------------|----------------|---------------------|
| <b>Общо</b>                 | <b>590 458</b> | <b>729 421</b> | <b>680 633</b>      |
| Гърция                      | 135 845        | 162 856        | 176 660             |
| Турция                      | 163 818        | 181 519        | 160 702             |
| Сърбия                      | 50 935         | 64 717         | 59 960              |
| Румъния                     | 47 752         | 87 430         | 53 957              |
| Германия                    | 20 546         | 39 247         | <sup>2</sup> 33 715 |
| Италия                      | 27 363         | 29 195         | 28 837              |
| Република Северна Македония | 27 389         | 33 820         | 23 063              |
| Испания                     | 17 290         | 20 259         | 22 511              |
| Австрия                     | 19 241         | 24 509         | 19 661              |
| Обединено кралство          | 9 573          | 10 432         | 14 087              |
| Франция                     | 7 308          | 14 472         | 14 010              |
| Чешка република             | 5 135          | 6 845          | 9 202               |
| Белгия                      | 12 120         | 11 172         | 8 065               |
| Унгария                     | 5 273          | 5 656          | 7 473               |
| Хърватия                    | 3 713          | 3 604          | 6 873               |
| Словакия                    | 1 740          | 2 378          | 5 443               |
| Полша                       | 2 189          | 4 044          | 4 692               |
| Нидерландия                 | 5 725          | 6 232          | 3 858               |
| Словения                    | 3 840          | 1 628          | 3 664               |
| Дания                       | 1 425          | 763            | 3 650               |

Източник: НСИ

**БЕЛЕЖКИ**

1. <https://www.bia-bg.com/analyses/view/28703/>
2. <https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-za-mezhdunaroden-turizum-v-bulgariya-za-2022-g>
3. <http://www.referati.org/tendencii-v-turizma-prez-poslednite-godini/64472/ref>

4. <https://referatite.org/tendencii-v-razvitiето-na-turizma/17302/ref/p2>
5. <https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-za-mezhdunaroden-turizum-v-bulgariya-za-2021-g>
6. <https://www.cluborfei.com/bg/product/nai-novite-globalni-tendencii-turizma-za>

## ЛИТЕРАТУРА

- ВЕЛИКОВ, В., 2008. *Международен туризъм*. София: Матком.
- ВЕЛИКОВ, В.; СТОЯНОВА, М., 2008. *Международен туризъм*. София: Матком.
- КРЪСТЕВА, Р., 2018. *Международен туризъм*. София: Авангард Прима.
- ПЛАЧКОВА, М. и колектив, 2008. *Мениджмънт в туризма*. София: Дионис.
- СЛАВЕЙКОВ, П., 2009. *Икономика на туризма*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
- СТАНКОВА, М., 2010. *Осигуряване на устойчив туризъм в туристическата дестинация*. Благоевград: ЮЗУ „Неофит Рилски“.
- СТАНКОВА, М.; КИРИЛОВ, С., 2011. *Стратегии за устойчив туризъм*. Благоевград: ЮЗУ „Неофит Рилски“.

## REFERENCES

- KRASTEVA, R., 2018. *Mezhdunaroden turizam*. Sofia: Avangard Prima.
- PLACHKOVA, M. i kolektiv, 2008. *Menidzhmant v turizma*. Sofia: Dionis.
- SLAVEYKOV, P., 2009. *Ikonomika na turizma*. Sofia: Sv. Kliment Ohridski.
- STANKOVA, M., 2010. *Osiguryavane na ustoychiv turizam v turisticheskata destinatsia*. Blagoevgrad: Neofit Rilski.
- STANKOVA, M.; KIRILOV, S., 2011. *Strategii za ustoychiv turizam*. Blagoevgrad: Neofit Rilski.
- VELIKOV, V., 2008. *Mezhdunaroden turizam*. Sofia: Matkom.
- VELIKOV, V.; STOYANOVA, M., 2008. *Mezhdunaroden turizam*. Sofia: Matkom.

## **BULGARIAN TOURISM IN THE CONDITIONS OF COVID-19 AND AFTER IT**

**Abstract.** The text describes the essence of tourism. Statistical studies on the development of tourism are considered, its digitization is considered. The number of tourists during and after COVID-19 was examined; Statistics are presented related to the number of tourists who visited Bulgaria for the period from January to December 2021; January to June 2022. Visits to Bulgaria as a tourist destination are considered in comparison to visits by tourists from other countries. The number of Bulgarian tourists visiting other countries is also taken into account.

*Keywords:* tourism; reservation; tourist; travel; statistics; what's new

✉ **Ivan Bonev**

Teacher in Tourism

“Ivan P. Pavlov” Vocational School of Tourism

4, Lipnik Avenue

Ruse, Bulgaria

E-mail: aivan95@abv.bg